

BELEIDSKADER VRIJE TIJD, CULTUUR EN SPORT 2021-2022



VOORWOORD

In Brabant is het fijn wonen, werken en recreëren. Dat is mijn ervaring en ik hoor het gelukkig ook vaak om me heen. Sport, cultuur, recreatie en toerisme zijn van groot belang voor de leefbaarheid in onze mooie steden en aantrekkelijke dorpen. En ook voor de werkgelegenheid, bedrijvigheid en het vestigingsklimaat.

We willen de kwaliteiten van onze provincie behouden en versterken. Daarom is het belangrijk dat de provincie inzet op cultuur, sport en vrije tijd. Want daarmee verbeteren we de leefbaarheid en levendigheid van Brabant. Zodanig dat er genoeg te doen en te beleven is en waar iedereen aan mee kan doen of van kan genieten.

Dit beleidskader 2021-2022 dat voor u ligt, zit "midden in" de coronacrisis. De gevolgen van die corona-uitbraak zijn enorm voor onze samenleving. Met name cultuur, sport, recreatie en toerisme zijn extra hard getroffen. Ondernemers en instellingen hadden en hebben moeite het hoofd boven water te houden. De effecten van de coronacrisis zijn op dit moment nog niet volledig te overzien. Er zijn veel onzekerheden. We weten nog niet precies wat er nodig is om hiervan te bekomen en welke bijdrage de provincie daarbij het beste kan leveren. Om de negatieve invloed van corona zo klein mogelijk te houden, vind ik het belangrijk om juist nu op cultuur, sport, recreatie en toerisme in te blijven zetten en samen te werken aan vernieuwing en ontwikkelen van een meer integraal beleidskader Levendig Brabant 2023-2030.

Voor mij staat vast dat we onze ambities en doelen, zoals het ontwikkelen van toptalent en het versterken van innovatief vermogen en ondernemerschap, alleen kunnen waarmaken als alle samenwerkingspartners in staat zijn de krachten te bundelen. Alleen dan kunnen we samen met de Brabanders een regionaal onderscheidend, divers en inclusief aanbod op het gebied van sport, cultuur, recreatie en toerisme realiseren en dat op een samenhangende, herkenbare en inspirerende wijze aan Brabanders en bezoekers laten zien. Dit kader laat zien dat we de komende twee jaren veel mooie dingen gaan doen binnen het budget dat we daarvoor beschikbaar hebben. Ik daag dan ook alle betrokkenen uit om hier een bijdrage aan te leveren.

Wil van Pinxteren

Gedeputeerde Vrije Tijd, Cultuur en Sport, Bestuur en Veiligheid

INLEIDING 4

VOORAF: CORONA HEEFT ENORME IMPACT 5

HOOFDSTUK 1 7

WAAROM DIT NIEUWE BELEIDSKADER VOOR VRIJE TIJD, CULTUUR EN SPORT?

Omdat het nodig is	8
Omdat we het samen willen doen	9
Omdat we moeten kiezen	10

HOOFDSTUK 2 12

HOE STAAT HET MET VRIJE TIJD, CULTUUR EN SPORT IN BRABANT?

Enkele cijfers per sector	14
Demografische trends	15
Economische en ruimtelijke trends	16
Sociaal-culturele trends	17

HOOFDSTUK 3 19

WAT DOEN WE DE KOMENDE TWEE JAAR?

Ambitie en doelen	20
Doel 1 Een onderscheidend, divers en inclusief Brabants cultuur-, sport- en vrijetijdsaanbod	21
Doel 2 Meer bekendheid van het Brabantse cultuur-, sport- en vrijetijdsaanbod	24
Doel 3 Ontwikkelen van toptalenten in Brabant	25
Doel 4 Versterken van innovatief vermogen en ondernemerschap	26
Kennis, monitoring en evaluatie	27

HOOFDSTUK 4 29

OP WEG NAAR HET BELEIDSKADER 2030

Onze opdracht: komen tot een beleidskader 2030	30
Kansen en opgaven	31
En verder	32
We zetten voorbereidende stappen	33
1. We stellen de Brabander centraal	34
2. We werken gebiedsgericht aan maatschappelijke opgaven	35

HOOFDSTUK 5 36

HOE GAAN WE ONZE ACTIVITEITEN EN DOELEN ORGANISEREN EN FINANCIEREN?

Budget in 2021-2022	38
---------------------	----

BIJLAGE 1: SWOT- ANALYSE 39

EINDNOTEN 55

INLEIDING

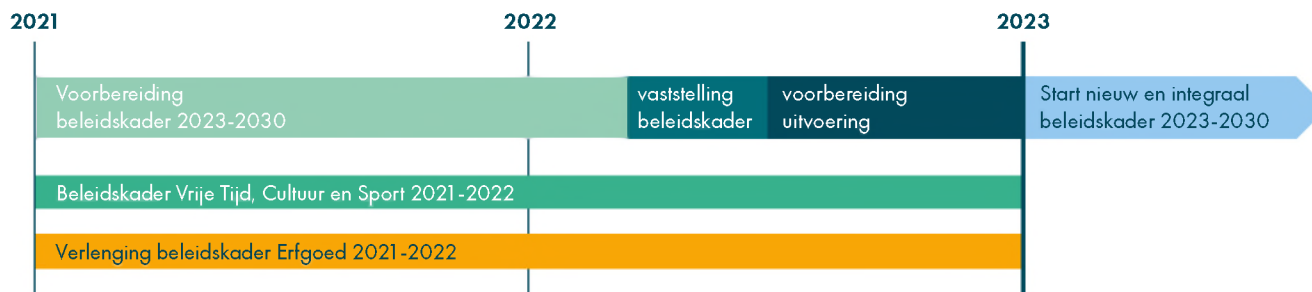
De huidige beleidskaders voor Sport, Cultuur en Vrijtijdseconomie lopen eind 2020 af of zijn al afgelopen. Het was dus zaak om een nieuw beleidskader op te stellen en zo te zorgen voor continuïteit van beleid, ook richting onze samenwerkingspartners.

Dit kader heeft een looptijd van twee jaar. Het betreft een geactualiseerd kader voor de drie beleidsvelden Cultuur, Sport en Vrijtijdseconomie. Complementair aan dit kader verlengen we het beleidskader Erfgoed voor de jaren 2021-2022.

Met Cultuur, Sport en Vrijtijdseconomie dragen we ook nu weer bij aan:

1. Het versterken van de leefbaarheid, met thema's als inclusie, participatie, identiteit en trots op Brabant.
2. Een duurzame en concurrerende economie, door het profiel van Brabant te versterken als top kennis- en innovatieregio en door de internationale aantrekkingskracht te vergroten voor bedrijven, talenten en bezoekers van binnen en buiten onze provincie.

In dit kader zetten we ook een stap naar voren. We treffen de noodzakelijke voorbereidingen richting ons nieuwe inhoudelijke en financiële kompas. Ook maken we een eerste integratieslag tussen de drie beleidsvelden en creëren we ruimte om in te springen op nieuwe ontwikkelingen en initiatieven. En creëren we de ruimte om een vernieuwend en integraal beleidskader voor 2023-2030 te ontwikkelen en onze nieuwe richting te bepalen. Daarvoor nemen we iets meer dan een jaar de tijd en de Brabantse Omgevingsvisie vormt hierbij ons vertrekpunt. De nieuwe richting laat zien hoe we vanuit Vrije Tijd, Cultuur, Sport en Erfgoed vanaf 2023 een bijdrage kunnen leveren aan onze Brabantse maatschappelijke opgaven. Hoe wij deze nieuwe richting willen bepalen, vertellen we in hoofdstuk 4: 'Op weg naar het beleidskader 2030'. We starten begin 2021 met een startnotitie en besluitvorming over dit kader verwachten we in het voorjaar 2022.



VOORAF: CORONA HEEFT ENORME IMPACT

De maatschappelijke, sociale en economische impact van de corona-uitbraak die ons land in 2020 heeft getroffen, is groot. Corona overviel ons allemaal.

In de eerste helft van 2020 waren er voor het eerst meer sterfgevallen dan geboorten in Brabant. Het verdriet onder de nabestaanden van de coronaslachtoffers is enorm. Ook de sociale impact is groot. Een steeds grotere groep Brabanders ervaart eenzaamheid en depressieve gevoelens. En voor veel Brabantse ondernemers, werknemers in alle sectoren van de economie is het dagelijks leven er heel anders gaan uitzien. En dat geldt ook voor hun gezinnen.

De sectoren cultuur, sport, recreatie en toerisme zijn onevenredig hard getroffen. Horecagelegenheden sloten hun deuren, de amateurwedstrijdsport viel stil, evenementen, culturele festivals en verenigingsactiviteiten gingen niet door, theaters bleven grotendeels leeg. Elkaar ontmoeten was en is lastiger. Ondernemers hadden en hebben moeite het hoofd boven water te houden, werknemers werden en worden ontslagen. Veel investeringen van bedrijven staan 'on hold'.

Dit alles kan invloed hebben op de toekomstige kwaliteit en vitaliteit van de genoemde sectoren en op de levendigheid van Brabant. Juist nu vinden wij het belangrijk om op deze sectoren in te blijven zetten. Dus zorgen we samen met onze uitvoerende partners en samenwerkingspartners dat we flexibel met deze situatie omgaan. Hierbij zijn we mede afhankelijk van gemeentelijke overheden en de rijksoverheid. Naast de landelijke en in het verlengde daarvan provinciebrede (en met name economische) maatregelen ondersteunen we – binnen de mogelijkheden die we hebben – vanuit ons beleid (zie kader).

Cultuur

We bieden ondersteuning aan de vitale regionale culturele infrastructuur (musea, theaters en podia). We zijn coulant voor die organisaties waarmee we een subsidierelatie hebben wat betreft de te leveren prestaties en hebben instellingen ondersteund om in aanmerking konden komen voor rijkssteun. Ook bieden we enkele Brabantse musea ruimte om plannen te ontwikkelen waarmee (coronaproof) gewerkt wordt aan publieksbereik. Via ons fonds Brabant C hebben we het mogelijk gemaakt om coronaproof aanpassingen te ontwikkelen voor projecten in uitvoering.

Sport

We kijken bewust welke evenementen wel plaats kunnen vinden. Denk hierbij aan evenementen die niet in team- of groepsverband plaatsvinden, plaats- of tijdsafhankelijk zijn of die zelfs (deels) digitaal plaatsvinden. Daarnaast zetten we expertise van de sportpsychologen en leefstijlcoaches van CTO Zuid in om personeel in ziekenhuizen en verzorgingstehuizen te helpen beter om te gaan met de toegenomen werkdruk.

Vrijetijdseconomie

Met de Brabantbrede campagne 'Hier moet je zijn in Brabant' zetten we samen Brabant als toeristische bestemming stevig op de kaart en krijgen Brabantse vrijetijdsondernemers het podium dat ze verdienen. We bieden extra diensten voor ondernemers via VisitBrabant.

Eind november 2020 introduceerde VisitBrabant de Druktemeter.

We maken als provincie deel uit van de Taskforce Toerisme Brabant, die sinds maart 2020 is ingericht met Brabantse koepelorganisaties die nauw betrokken zijn bij de leisuresector (KHN, HISWA-RECRON, House of Leisure, VVV Brabant, BUAS en VisitBrabant).

De coronacrisis onderstreept het belang van sport, cultuur en toerisme en recreatie voor de levendigheid, leefbaarheid en aantrekkelijkheid van Brabant.

Hun belang voor onze welvaart en ons welzijn is zichtbaarder dan ooit. We weten nog niet wat de betekenis van deze crisis gaat zijn op de lange termijn. Maar de coronacrisis zal hoe dan ook gevolgen hebben voor de in dit beleidskader geschetste cijfers, trends en ontwikkelingen. Daarom wijzen wij er nadrukkelijk op dat we een voorbehoud moeten maken voor wat we in de komende jaren kunnen waarmaken. Voor zover de langetermijngevolgen te overzien zijn, nemen we ze mee in de ontwikkeling van het beleidskader 2023-2030 (zie hoofdstuk 4).

De coronacrisis laat zien dat:

Vitaliteit, gezond leven, lokaal consumeren en duurzaamheid nog belangrijker worden.

We er (nog) meer op uittrekken om te wandelen, fietsen en hardlopen.

We meer vanuit huis werken en meer waarde hechten aan onze directe leefomgeving en de openbare publieke ruimte.

Er een herwaardering voor Nederland is als bestemming voor een dagje uit of vakantie.

Digitalisering en online zichtbaarheid belangrijker worden. Denk aan online sporten, virtueel theater en online registraties van evenementen.



1

WAAROM DIT BELEIDSKADER VOOR **VRIJE TIJD, CULTUUR EN SPORT?**



OMDAT HET NODIG IS

Brabant is een economisch sterke provincie met mooie steden en aantrekkelijke dorpen. In Brabant wil je wonen, werken en recreëren. Initiatieven en investeringen in sport, cultuur, recreatie en toerisme zorgen ervoor dat overal in Brabant iets te doen en te beleven is.

Deze sectoren zijn van groot belang voor de leefbaarheid van Brabant; ze brengen mensen samen, zorgen voor sociale cohesie en geven ruimte aan de ontwikkeling van talent en identiteit. Ze zijn ook belangrijk voor onze economie: ze creëren werkgelegenheid en economische bedrijvigheid, ze versterken het vestigingsklimaat en zorgen voor innovatie en creativiteit. Bovendien bepaalt het aanbod in deze sectoren voor een belangrijk deel de aantrekkelijkheid van Brabant, zowel voor Brabanders als voor toeristen, bedrijven en arbeids- en kennismigranten. Om deze redenen is een provinciale inzet op vrije tijd, cultuur en sport nodig.

Investeren in sport, cultuur, recreatie en toerisme levert de provincie en de Brabanders veel op:

- Het zorgt voor een levendig Brabant waar veel te doen en te beleven is, met een positief effect op het woon- en vestigingsklimaat voor inwoners, studenten, buitenlandse werknemers en bedrijven.
- Het stimuleert creativiteit, innovatiekracht en productiviteit.
- Het profileert de provincie positief en versterkt de internationale positie.
- Het heeft een positief effect op het welzijn en welbevinden van de Brabanders.
- Het versterkt de regionale economie via directe en indirecte regionale werkgelegenheid, meer bezoekers en meer bestedingen.
- Het versterkt de Brabantse identiteit en het gevoel van trots op Brabant.
- Het draagt bij aan andere provinciale beleidsterreinen doordat creativiteit, bezoekbaarheid, 'beleefbaarheid' worden toegevoegd. Of door bijvoorbeeld tijdens evenementen extra aandacht te genereren voor een provinciale opgave (etalagefunctie).

OMDAT WE HET SAMEN WILLEN DOEN

Samen bereiken we meer dan alleen. Als provincie zijn we een van de vele spelers in het veld van sport, cultuur, recreatie en toerisme.

Veel maatschappelijke taken zijn de verantwoordelijkheid van gemeenten, Rijk, organisaties, verenigingen en ondernemers. Als provincie werken we daarom al jaren samen met allerlei publieke, private en maatschappelijke partners: binnen Brabant, binnen Nederland, maar ook daarbuiten. Soms gaat het om directe financiële samenwerking, soms om het stimuleren van beweging en het geven van ruimte aan anderen om in te stappen, te ondernemen, een initiatief te ontplooiën.

Onze samenwerking binnen Cultuur, Sport en Vrijtijdseconomie met het Rijk en de Brabantse gemeenten zetten we in deze beleidsperiode voort. Daarnaast blijven we de samenwerking 'horizontaal' opzoeken: met bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties en initiatieven. We kijken hoe we deze samenwerkingen kunnen verstevigen en de opbrengsten bestendigen en vergroten. Dat doen we door nieuwe partners te verbinden, kritisch te kijken naar rollen en constructies, en verwachtingen te managen. We vinden het belangrijk om ondernemendheid (ofwel een ondernemende houding) en ondernemerschap (kansen zien en benutten) aan te moedigen. En we onderzoeken deze periode of en waar er mogelijkheden liggen om aan te sluiten bij landelijke en Europese programma's.

Regioprofiel cultuur

Met het Regioprofiel "BrabantStad maakt het 2021-2024" heeft het samenwerkingsverband Breda, Eindhoven, Helmond, 's-Hertogenbosch, Tilburg en de provincie een gezamenlijke ambitie gepresenteerd voor vier inhoudelijke programmalijnen en twee instrumentele lijnen. BrabantStad fungeert hierin graag als kartrekker en nodigt het Rijk, overige Brabantse gemeenten en de cultuursector uit om samen het volgende verder uit te werken: de programma's voor talentontwikkeling, internationalisering, cultuureducatie en -participatie, publiekswerking, de afstemming van subsidie- en adviestrajecten en de onderzoeksagenda.

Brabants Sportfonds

Samen met vijf grote Brabantse ondernemingen start de provincie begin 2021 met het Brabants Sportfonds. Dit fonds richt zich op het vergroten van de sociaal-maatschappelijke effecten van sport door activering bij sportevenementen langlopend en programmatisch te gaan organiseren.

Taskforce Samenwerking Gastvrijheidssector

Deze Taskforce is een samenwerking van Rijk, IPO, VNG, Gastvrij Nederland, brancheorganisaties en Celth (onderzoek). Zo nodig sluiten andere expertises aan. Op dit moment wordt de actie-agenda Perspectief Bestemming Nederland 2030 herijkt. De deelnemers bepalen vervolgens welke acties zij kunnen starten. Ook als provincie verkennen wij wat onze rol hierin zal zijn.

OMDAT WE MOETEN KIEZEN

Wij willen in Brabant een hoge kwaliteit van leven. Wij willen dat er iets te doen en te beleven valt. En Brabanders trots zijn dat ze hier leven. We moeten keuzes maken om met beperkte middelen maximale toegevoegde waarde te bieden voor Brabant.

We willen een bijdrage leveren aan de beleving en het welzijn van onze inwoners. Kunst, cultuur, sport, recreatie en toerisme zijn hiervoor noodzakelijke bouwstenen. Tegelijkertijd is er met ingang van 2023 structureel minder budget voor deze beleidsvelden. We moeten dus keuzes maken. In lijn met het Bestuursakkoord doen we dat in deze periode als volgt.

1. Structurele activiteiten financieren we structureel

We kiezen ervoor om onze inzet op sport te continueren en structureel te gaan financieren, omdat sport, net als cultuur en toerisme & recreatie een wezenlijk onderdeel is van de leefbaarheid en levendigheid van Brabant.

2. We sluiten aan bij maatschappelijke opgaven en kijken scherper naar onze provinciale rolname

We maken onderscheid tussen een brede basis, een top en de verbinding daartussen. De basis krijgt vooral op lokale en gemeentelijke schaal vorm en wordt gedragen door burgers, stichtingen, verenigingen, ondernemers en gemeentelijke overheden. De top krijgt vorm door (grote) professionele ondernemers en partijen, sommigen met ondersteuning van de rijksoverheid.

In ons huidige beleid bewegen we ons op alle niveaus. Soms zijn we actief in de basis, soms in de top en soms in het tussengebied. Deze bestuursperiode kijken we vanuit onze positie als middenbestuur scherper naar onze inzet en rollen (zie kader). Uitgangspunt is dat lokale voorzieningen en activiteiten de verantwoordelijkheid zijn van gemeenten, ondernemers en maatschappelijke instellingen. Als provincie richten we ons op vraagstukken/opgaven die op de schaal van regio's, heel Brabant of nog bredere schaal liggen. Daarbij zien we het wel als onze taak om te zorgen voor verbinding met - en daardoor versterking van - lokale activiteiten. Denk aan topsportevenementen die we ondersteunen en waarbij we via activatieprogramma's verbinding maken met lokale opgaven en initiatieven op het gebied van bewegen, iedereen laten meedoen, en in de betreffende stad en regio aanwezige cultuur, erfgoed en recreatie. Ook geldt dat wanneer op meerdere plekken door heel Brabant dezelfde lokale problematiek ten aanzien van cultuur, sport of recreatie en toerisme speelt, we als provincie een (tijdelijke) rol kunnen pakken. Hierbij zal het altijd gaan om 'beweging stimuleren' (kennis delen, verbinden, aanjagen).

Wij zien drie rollen voor de provincie als verbindende middenlaag:

Richting geven

- Visievorming en kaderstelling met heldere doelen
- Vanuit gemeenschappelijk belang regie voeren op bovengemeentelijke ontwikkelingen
- Kennisdelen: monitoring, data, onderzoeken

Beweging stimuleren

- Inzet en het onderling verbinden van kennis
- Experimenteren en leren
- Samenwerking aangaan, afspraken maken en krachten bundelen
- Overleg mogelijk maken
- Lobbyen om beweging los te krijgen bij anderen

Mogelijk maken

- (Co-)financiering
- Programma's opstellen met daaraan middelen gekoppeld
- Investeren, aangaan van investeringsprojecten of leningen verstrekken
- Wettelijke taken uitvoeren

DE BLOB EINDHOVEN

ARCHITECTUUR EN DESIGN

EXPAT VOORZIENINGEN

HISTORISCH ERFGOED

HORECA

VERGROENING



2

HOE STAAT HET MET **VRIJE TIJD,** **CULTUUR EN SPORT** **IN BRABANT?**



Om ons beleid goed te kunnen richten, is een vertrekpunt nodig: Hoe ziet Brabant er op dit moment uit qua cultuur, sport, toerisme en recreatie? Hoe groot zijn deze sectoren en wat zijn hun kenmerken? Wat zijn de trends, wat de kansen en bedreigingen die van belang zijn voor ons beleid?

Vrije tijd wordt belangrijker in onze maatschappij. Het geeft mensen tijd en ruimte voor reflectie, ontspanning, gemeenschapsbeleving en verbeelding. Het biedt de kans om nieuwe energie op te doen. Het is ook een belangrijke economische sector. Steeds meer mensen zijn hierin werkzaam en een steeds groter deel van ons inkomen geven we eraan uit; in onze provincie gaat het om ongeveer 79.000 banen ^[1], dat is zes procent van de werkgelegenheid, en circa 4,8 miljard euro aan bestedingen per jaar ^[2].

De vrijetijdssector is van groot belang voor Brabant, voor de kwaliteit van leven van onze Brabanders en omdat ze een grote bijdrage levert en kan leveren aan onze maatschappelijke opgaven. Een goede vrijetijdsbeleving en -besteding kan niet zonder sterke sectoren in sport, cultuur, recreatie en toerisme.

Op de volgende pagina's staan we stil bij de sport-, cultuur- en toeristisch-recreatieve sector in Brabant en gaan we in op belangrijke trends en ontwikkelingen. We signaleren kansen en opgaven (een uitgebreide SWOT-analyse is te vinden in bijlage 1). In dit verband wijzen we nogmaals op de onzekerheid als gevolg van de coronacrisis (zie kadertekst op pagina 5).

DE VELE BETEKENISSEN VAN VRIJE TIJD, CULTUUR EN SPORT ^[3]

Voor het individu:

1. Ontspanning (denk aan vermaak, plezier, wegnemen van stress)
2. Ontplooiing (denk aan verdieping of het beoefenen van)
3. Ontmoeting (waaronder bezoek aan, deelnemen aan, beoefenen van)
4. Ondersteuning (zoals vrijwillig ondersteunen van bijvoorbeeld sportverenigingen of culturele instellingen)
5. Onderscheiding (bijvoorbeeld tot uiting brengen van de eigen identiteit via bezoek, beoefening en interesse in)

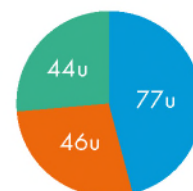
Voor de maatschappij:

1. Sociale functie (sociale cohesie, collectieve identiteit)
2. Emancipatoire functie (via sport en cultuur kunnen maatschappelijke groepen hun aanwezigheid en identiteit tonen)
3. Kritische, verbeeldende en ontwerpende functie is specifiek voor cultuur (denk hier o.a. aan maatschappijkritiek en verbeeldingskracht)

Voor de economie:

1. Bron van werkgelegenheid
2. Factor in de regionale (en stedelijke) aantrekkelijkheid
3. Bijdrage aan het Bruto Regionaal Product.

Onze tijdsbesteding bestaat uit drie clusters: persoonlijke tijd, verplichte tijd en vrije tijd. Gemiddeld besteden Nederlanders van 12 jaar en ouder 77 uur per week aan persoonlijke activiteiten (slapen, eten en drinken, douchen) en 46 uur aan verplichte activiteiten (betaald of onbetaald werk, zorgtaken, onderwijs). Er blijft dus 44 uur per week over aan vrije tijd (6,5 uur per dag) ^[4, 25].



Gemiddelde tijdsbesteding
Nederlanders van 12 jaar en ouder per week

- persoonlijke tijd
- verplichte tijd
- vrije tijd

ENKELE CIJFERS PER SECTOR

Voordat we de trends verkennen die van belang zijn voor ons beleid, beginnen we met een korte schets van de sectoren cultuur, sport en recreatie en toerisme in Brabant.

CULTUUR

Brabanders zijn cultuurliefhebbers. Onze provincie beschikt over een breed palet aan culturele voorzieningen: van het theater tot de bioscoop, van de Dutch Design Week tot carnaval. Brabanders hechten ook waarde aan de bijdrage die kunst en cultuur kunnen leveren aan hun welzijn en de leefbaarheid in hun eigen wijken en dorpen ^[5]. Ook het innovatieve karakter van Brabant is zichtbaar in de kunst- en cultuursector (Brabant C, 2020).

1. 94% van de Brabanders bezocht in 2019 ten minste één keer een culturele activiteit. Podiumkunsten (78%), tentoonstellingen (74%) en films (72%) vormen de top drie ^[5].
2. 80% van de Brabanders vindt kunst en cultuur belangrijk voor de samenleving. 45% beoefende in 2019 een cultuurvorm. 90% vindt dat er (ruim) voldoende culturele voorzieningen zijn; toch zijn de culturele infrastructuur en het cultuuraanbod in Brabant bescheiden vergeleken met andere provincies ^[5].
3. Brabant telde in 2018 29.759 bedrijven in de creatieve industrie (30.197 werknemers), 11.594 bedrijven in de subsector 'kunsten en cultureel erfgoed' (10.739 werknemers) en 6581 startups in de creatieve sector. In 2016 waren er 14.836 zelfstandigen in de creatieve industrie, 5.555 zelfstandigen in 'kunsten en cultureel erfgoed' ^[5].

SPORT

Het aantal Brabanders dat wekelijks sport, groeide de afgelopen jaren. Ouderen worden steeds actiever, de populariteit van ongebonden sporten (hardlopen, yoga, fitness, wandelen) stijgt en nieuwe sporten ontstaan (e-sports) ^[6]. In Brabant is veel aandacht voor inclusief sporten (sport door mensen met een beperking). Daarnaast onderscheidt Brabant zich met innovatieve producten; zo worden (inter-)nationale en regionale projecten opgezet ^[7]. Tot slot is er de laatste jaren meer aandacht voor het belang van een gezonde en beweegvriendelijke leefomgeving ^[8].

1. 66% van de Brabanders sport of beweegt wekelijks (2013: 57%). Fitness, zwemmen en wandelsport zijn het populairst ^[6].
2. Brabanders gebruiken graag openbare ruimten (bossen, parken, meertjes, openbare wegen) om te sporten (38%), gevolgd door sportvelden (23%) en -zalen (14%) ^[9].
3. Noord-Brabant telde in 2018 4.279 sportverenigingen en 3.167 sportaccommodaties ^[10]. De accommodatiedichtheid per 25.000 inwoners is hoog vergeleken met het landelijk gemiddelde. 26% was in 2019 lid van een sportbond (2013: 28%) ^[11].
4. Van de Brabanders met een beperking of chronische aandoening sport of beweegt 34% wekelijks. Tussen 2016 en 2019 gingen 48.500 mensen met een beperking of chronische aandoening sporten ^[12].

RECREATIE EN TOERISME

Recreatie en toerisme spelen een steeds grotere rol in de economie. De toeristisch-recreatieve sector groeide in Nederland de afgelopen tien jaar harder dan de economie als geheel. Recreatie en toerisme verhogen ook in Brabant de leefbaarheid: denk aan fiets- en wandelroutes. Brabant heeft veel attracties (waaronder 's lands grootste: de Efteling), telt vier Nationale Parken en kent een groot aandeel familievakanties. Zonder toeristen zouden de Brabanders zelf niet kunnen profiteren van zoveel aanbod ^[13].

1. In 2019 brachten Nederlanders ruim 1,9 miljoen vakanties door bij Brabantse verblijfsaccommodaties (8,8 miljoen overnachtingen). Ze besteedden gemiddeld 167 euro ^[2]. In 2019 verbleven 1,3 miljoen buitenlandse gasten (het merendeel uit België en Duitsland) hier zakelijk of toeristisch (3,2 miljoen nachten; 47% meer dan in 2012) ^[13].
2. Het aantal uitstapjes in Brabant nam tussen 2015 en 2018 met 26% toe tot 279 miljoen. Buitenrecreatie, uitgaan en recreatief winkelen zijn het populairst. 84% van de uitstapjes komt op conto van Brabanders zelf en 34% blijft binnen de eigen gemeente ^[13].
3. De Efteling staat eerste in de landelijke top 50 dagattracties (5 miljoen bezoeken in 2018). Safaripark Beekse Bergen verwelkomde meer bezoekers (in tegenstelling tot andere dierenparken) en staat 14de (1,1 miljoen bezoeken) ^[8].

DEMOGRAFISCHE TRENDS

De kwaliteit van leven en de levendigheid in Brabant hangen samen met demografische, economische en ruimtelijke, en sociaal-culturele trends. Qua demografie gaat het vooral over de omvang, spreiding, groei en samenstelling van de bevolking en de invloed daarvan op de vraag naar culturele, sportieve en toeristisch-recreatieve mogelijkheden. Vijf trends zijn van belang voor ons beleid.

1. DE BEVOLKING GROEIT

Brabant heeft nu ruim 2,56 miljoen inwoners. Volgens de Brabantse bevolkingsprognose (2020) groeit de bevolking in onze provincie tot 2050 met zo'n elf procent. De groei concentreert zich in stedelijk gebied, maar beïnvloedt de leefbaarheid in stedelijk en landelijk gebied, met name op het gebied van voorzieningen en de vraag naar recreatieruimte in de stad (straat, park, plein) en op het platteland (natuur, landbouw).

2. HUISHOUDENS VERANDEREN

Het aantal Brabantse huishoudens groeit tot 2050 met zo'n 185.000 en hun samenstelling verandert. Er komen meer eenpersoonshuishoudens, met als sociaal gevolg dat elkaar ontmoeten steeds belangrijker wordt, net als samen leuke dingen doen en genieten van sport en cultuur ^[14].

3. GENERATIE Z RUKT OP

Generatie Z is de eerste generatie voor wie de onlinewereld een nadrukkelijk onderdeel is van hun leven en vrijetijdsbesteding. Reizen vinden zij belangrijker dan sparen voor een woning of pensioen ^[8], ze zijn 'open minded' en hechten waarde aan anders-zijn, duurzaamheid en ethiek ^[15].

4. BRABANT WORDT DIVERSER

Buitenlandse migratie wordt steeds bepalender in de Brabantse bevolkingsgroei ^[14]. Een substantieel deel van de arbeidsmigranten blijft langer dan drie jaar in Brabant ^[26]. De toenemende diversiteit kan leiden tot veranderingen in de vraag naar en het aanbod van vrijetijdsbestedingen.

5. VERGRIJZING BEREIKT PIEK

Rond 2040 bereikt de vergrijzing in Brabant haar hoogtepunt. Senioren worden een omvangrijkere doelgroep, zeker omdat ze zich jong voelen, relatief koopkrachtig zijn en geld uitgeven aan vrije tijd ^[16]. Ook het tegengaan van eenzaamheid, gezondheid en vitaliteit worden belangrijker, net als de toegankelijkheid van voorzieningen.

ECONOMISCHE EN RUIMTELIJKE TRENDS

Brabant is in Nederland dé economische groeimotor dankzij onze uitzonderlijke combinatie van kennisintensieve bedrijven en hoogwaardige maakindustrie. Grote top(tech) clusters zijn de aanjagers van de werkgelegenheid. De Brabantse arbeidsmarkt internationaliseert: expats doen werk in de grote techclusters, arbeidsmigranten in de landbouw en logistiek.

Een groeiende economie betekent groeiende vrijetijdsuitgaven: we gaan verder van huis en spenderen meer aan uitstapjes, vakanties en wedstrijden ^[8]. En in economisch zware tijden bezuinigen huishoudens op vrije tijd (met uitzondering van sport) ^[17]. De gevolgen van de coronacrisis zijn nog ongewis, zie ook de kadertekst op pagina 5.

Tot 2020 was ruim zes procent van de Brabantse werkgelegenheid gerelateerd aan cultuur, sport en recreatie en toerisme (79.000 banen). Sinds 2010 groeide het aantal bedrijven en steeg de werkgelegenheid met twintig procent, meer dan het Nederlands gemiddelde. Per jaar wordt 4,8 miljard euro uitgegeven aan uitstapjes in Brabant (evenementen, sport- en cultuurbezoek). Deze sectoren vormen dan ook steeds grotere economische factoren. Vijf trends zijn van belang voor ons beleid.

1. TOP KENNIS- EN INNOVATIEREGIO WORDT VERDER VERSTERKT

Brabant heeft de ambitie om de internationaal concurrerende, duurzame en innovatieve economie verder te versterken. Als de kwaliteit van leven hoog is en er voor iedereen voldoende te doen en beleven is, ontstaat een nog aantrekkelijker vestigingsklimaat.

2. AANDACHT VOOR BREDE WELVAART

In Brabant is een gemiddelde brede welvaart, zonder positieve of negatieve uitschieters. Het geluk van de Brabander groeit evenredig met de economie, maar deze groei kan op gespannen voet staan met de omgevingskwaliteit.

3. RUIMTELIJKE DRUK NEEMT TOE

Door de verstedelijking en toegenomen aantrekkingskracht van de steden ('s-Hertogenbosch, Eindhoven, Breda, Tilburg) neemt de ruimtelijke druk toe; behalve naar woningen en infrastructuur is er vraag naar groen en vrijetijdsvoorzieningen ^[18].

4. HET PLATTELAND VERANDERT

In het landelijk gebied zijn grote transitie qua klimaat, landbouw, energie en bevolkingskrimp. De recreatieve vraag neemt toe. Vrijetijdsbestedingen zorgen voor extra vraag naar ruimte, maar kunnen ook fungeren als aanjager en medevormgever van gebiedsontwikkelingen ^[18, 19].

5. STAD EN LAND VERDIENEN VERBINDING

Steden blijven een belangrijke bestemming voor vrijetijdsbesteding. Een breed palet aan voorzieningen draagt bij aan de leefbaarheid en beleefbaarheid van de stad. Landelijke gebieden zijn belangrijk als recreatiervuimte voor sporten en onthaasten. Goede verbindingen zijn daarom cruciaal ^[18].

SOCIAAL-CULTURELE TRENDS

Omdat het betrekkelijk goed gaat met onze samenleving en de meeste mensen kunnen voorzien in hun primaire levensbehoeften en materiële zaken (tv, pc, mobiele telefoon), verschuift de aandacht naar het immateriële ^[8]. Daardoor verandert ook vrije tijd: sporten, cultuur beleven, reizen en jezelf ontwikkelen worden steeds belangrijker. Vier trends zijn van belang voor ons beleid.

1. BELEVING CENTRAAL

Onze tijd zinvol invullen wordt belangrijker: we willen veel doen in weinig tijd. Steeds meer mensen gaan voor beleving en gemak, willen het comfort van verschillende belevenissen binnen handbereik. Bruiloften worden kleine festivals. Dagattracties bouwen vakantieparken. Muziekevenementen bieden sportieve en culturele randprogrammering. Historisch erfgoed wordt een culturele hotspot of urban sportslocatie. Steeds meer groeien cultuur, sport en recreatie en toerisme naar elkaar toe. Vrijtijdsbeleving krijgt nieuwe invullingen. Het (digitaal) vertellen van verhalen (storytelling) vergroot betrokkenheid en verbondenheid tussen mensen. Media en toerisme spelen een belangrijke rol in het bij elkaar brengen van 'content / verhalen' en 'mensen'. ^[20]

3. LOKAAL, GEZOND EN DUURZAAM

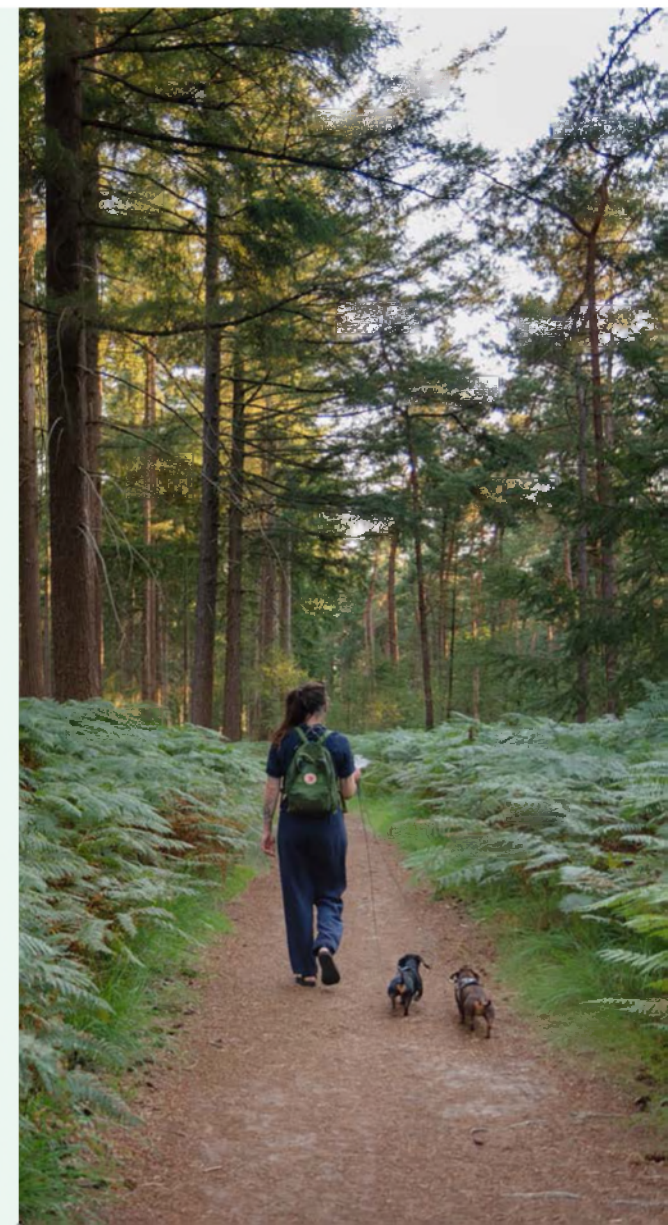
We zien een grotere belangstelling voor eerlijk, duurzaam, lokaal, gezond en het klimaat. Mensen kiezen bewuster. En ze verwachten dat bedrijven hierin meegaan ^[8, 22].

2. NIEUWE GROEPEN

De omvang van traditionele instituties (zoals de kerk of verenigingen) neemt af. We sporten steeds vaker alleen of trekken er alleen op uit. Door digitalisering ontstaan nieuwe vormen van sport, cultuur en recreatie en toerisme die deels fysiek en deels digitaal zijn. Denk aan apps tijdens het sporten of e-sports, aan virtuele cultuurpodia. Hierdoor ontstaan nieuwe vormen van beleven van vrije tijd. ^[21, 22, 23]. Hoewel er nieuwe (digitale) gemeenschappen ontstaan, neemt eenzaamheid toe en staat de sociale cohesie onder druk ^[24].

4. BEHOEFTE AAN "UITSTAAN"

Door de opkomst van nieuwe media zijn we in staat om ons wereldwijd virtueel te verenigen. Echter zien we als tegenreactie een toegenomen behoefte aan 'uit-staan' om tot rust te komen. Hierbinnen zien we onder andere een groei van natuurbeleving waarbij men onthaast door fietsen en wandelen in de natuur ^[8].



BOSHUIS VENKRAAI OISTERWIJK



NATUUR

PODIUM VOOR THEATER

WANDELROUTE

FIETSRUTE

HORECA

3

WAT DOEN WE DE KOMENDE TWEE JAAR?



AMBITIE EN DOELEN

In dit beleidskader voor de komende twee jaar zetten we een groot deel van ons huidige beleid voort.

Daarvoor zijn drie redenen. Ten eerste zijn we overwegend tevreden over het huidige beleid. Ten tweede kunnen we niet van de ene op de andere dag ons beleid aanpassen. Zo hebben enkele van onze culturele regelingen een looptijd tot 2024 en willen we zorgvuldig omgaan met langjarige samenwerkingsafspraken. En ten derde hebben we tijd nodig voor het maken van een nieuwe integrale koers, waarbij we vooral gaan werken vanuit synergie met de andere maatschappelijke opgaven en vanuit de raakvlakken tussen de verschillende beleidsvelden (zie hoofdstuk 4: 'Op weg naar het Beleidskader 2030').

Met dit beleidskader leveren we vooral een bijdrage aan de volgende provinciale opgaven:

1. Het versterken van de leefbaarheid met thema's als inclusie, participatie, gezondheid, identiteit en trots op Brabant.
2. Een duurzame en concurrerende economie, door het profiel van Brabant te versterken als top kennis- en innovatieregio, door de internationale aantrekkingskracht van Brabant te vergroten voor bedrijven, talenten en bezoekers van binnen en buiten onze provincie én door de vitaliteit van deze sectoren te vergroten door inzet op ondernemerschap en private betrokkenheid.

Ambitie: Wij versterken de leefbaarheid en levendigheid van Brabant. Wij willen dat er voldoende te doen en te beleven is in Brabant en dat iedereen daar aan mee kan doen.

Wij zetten in op een regionaal onderscheidend, divers en inclusief aanbod op het gebied van sport, cultuur, recreatie en toerisme, dat we op een samenhangende, herkenbare en inspirerende wijze aan Brabanders en bezoekers laten zien en waar Brabanders zich aan willen verbinden.

Dit kunnen we alleen bereiken door slim samen te werken en krachten te bundelen (slagvaardig) en (mede) zorg te dragen voor een goede voedingsbodem waarop de culturele, sportieve en toeristisch-recreatieve sector zich kan ontplooiën. Zonder sterke sectoren geen sterk aanbod op het gebied van cultuur, sport en recreatie en toerisme.

Onze **doelen** voor deze bestuursperiode luiden:

Doel 1: Een onderscheidend, divers en inclusief Brabants cultuur-, sport- en vrijetijdsaanbod.

Doel 2: Meer bekendheid van het Brabantse cultuur-, sport- en vrijetijdsaanbod.

Doel 3: Ontwikkelen van toptalenten in Brabant.

Doel 4: Versterken van het innovatief vermogen en het ondernemerschap in deze sectoren.

In dit hoofdstuk werken we deze doelen uit in activiteiten. Ook deze beleidsperiode koppelen we onze ambitie en doelen aan kernindicatoren, zodat er al een goede (maar nog geen volledig dekkende) basis ontstaat voor monitoring en evaluatie van ons beleid.

DOEL 1

EEN ONDERSCHIEDEND, DIVERS EN INCLUSIEF BRABANTS CULTUUR-, SPORT- EN VRIJETIJD SAANBOD

INDICATOR	STREEFWAARDE
Positie van omvang culturele aanbod in Brabant ten opzichte van andere provincies berekend op basis van het aantal inwoners. (Bron: Waarde van Cultuur)	≤ plek 7 (2019: plek 7)
Gemiddelde beoordeling van Brabanders voor het totale cultuuraanbod (Bron: Waarde van Cultuur)	7,3 (2019: 7,3)
Aantal bezoekers aan door de provincie ondersteunde topsportevenementen (Bron: evaluaties per evenement)	2021: 50.000* / 2022: 100.000 (2017- 2019: gemiddeld 200.000/jaar)
% van de bezoekers aan door de provincie ondersteunde topsportevenementen dat aangeeft dat het evenement positief bijdraagt aan het imago van Brabant (Bron: evaluaties per evenement)	≥ 80%
% bezoekers aan door de provincie ondersteunde topsportevenementen dat (meer dan) tevreden is over het evenement (Bron: evaluaties per evenement)	≥ 80%
Percentage Brabanders met een beperking dat bekend is met het aanbod voor uniek sporten in Brabant (Bron: Waarde van Cultuur)	45% in 2022 (2018: 21%)
Aantal bezoekers aan Brabant (Bron: VisitBrabant)	In 2022 ≤ 35% lager dan in 2019 *
Tevredenheid van bezoekers aan Brabant (NPS-score) (Bron: VisitBrabant)	2022: 13 (2019: 13)

WAT GAAN WE DOEN OM DIT TE BEREIKEN?

We ondersteunen professionele kunst- en cultuurinstellingen

Wij ondersteunen in de periode 2021-2024 veertig Brabantse professionele kunst- en cultuurinstellingen en maken daardoor hun culturele aanbod mede mogelijk. Voorbeelden zijn Het Zuidelijk Toneel, BredaPhoto, TextielLab, November Music, philharmonie zuidnederland en de Dutch Design Week. We verkennen continue op welke wijze we crossovers met andere opgaven mogelijk kunnen maken.

In overleg met gemeenten en het rijk evalueren we de huidige ondersteuning van de culturele basisinfrastructuur en in de aanloop naar de kunstenplanperiode 2025-2028 bereiden we nieuw beleid voor; dit komt terug in het beleidskader 2023-2030 (zie hoofdstuk 4).

* in verband met corona, zie bladzijde 5.

We zetten in op (inter-)nationale topcultuur, topsportevenementen en topleisure

Wij zetten in op (inter-)nationaal onderscheidende topcultuur, op cultuur waarvoor je in Brabant blijft of naar Brabant komt. Hiervoor zetten we het investeringsfonds Brabant C in. Ons doel voor dit fonds is een sterkere publiek-private samenwerking en een grotere private inbreng. In 2021 wordt het fonds geëvalueerd.

We ondersteunen topsportevenementen die passen bij het (sportieve) profiel van Brabant en de Brabantse regio's en die zonder onze bijdrage niet naar Brabant zouden kunnen komen. Ook de jaarlijkse evenementen die binnen en buiten Brabant populair zijn en aandacht trekken, blijven we helpen om zich verder te ontwikkelen.

Wij ondersteunen ondernemers met een innovatief, kwalitatief onderscheidend plan voor de Brabantse vrijetijdssector doordat we leningen verstrekken via het Leisure Ontwikkel Fonds Noord-Brabant (LOF Brabant). Ook dit fonds wordt in deze bestuursperiode geëvalueerd. We verkennen continue op welke wijze we crossovers met andere provinciale opgaven mogelijk kunnen maken.



WK (Para) Handboogschieten

De Parade als openluchtstadion, de Sint-Janskathedraal als decor voor de kunsten van schutters uit ruim tachtig landen. In 2019 was Den Bosch twee weken het middelpunt van het WK (Para) Handboogschieten, het grootste Nederlandse sportevenement dat jaar. Voor het eerst waren het reguliere en het Para WK gebundeld.

Mede mogelijk gemaakt door BrabantSport.



Film

Op 1 oktober 2020 ging 'Allen Tegen Allen' in première. Deze onthullende documentaire van Luuk Bouwman over het vooroorlogs facisme in Nederland was alleen in oktober te zien. Hij schetst een angstwekkend beeld van waar nationalisme in kan ontaarden. De productie, met uniek archiefmateriaal, is gebaseerd op twee jaar historisch onderzoek in onder meer het Brabants Historisch Informatie Centrum en de collecties van particuliere (deels Brabantse) verzamelaars.

Mede mogelijk gemaakt door Brabant C.

We investeren in Van Gogh

Wij investeren in het Brabantse icoon Vincent van Gogh. Dat doen we op drie manieren:

- 1) We investeren in Van Gogh Sites Foundation om het Van Gogh erfgoed te behouden.
- 2) We vergroten de bezoekbaarheid en beleefbaarheid van het recreatieve Van Gogh-aanbod.
- 3) We dragen bij aan de ontwikkeling van het Van Gogh Nationaal Park, in samenhang met andere provinciale opgaven, zoals natuur en landbouw.



Van Gogh

Het werk van Vincent van Gogh, zijn brieven, zijn leven en zijn persoonlijkheid vormen een bron van inspiratie voor mensen wereldwijd. Van kunstenaar tot coach, van ontwerper tot opgroeiend talent, van hotelier tot fotograaf. Vincents levensloop zet veel mensen aan tot reflectie en creatie. Zo ook in Brabant. Bovendien zijn hier veel plekken die Van Gogh inspireerden, die hij schilderde, waar hij gewoond heeft en waar zijn werk te zien is. Treed in de voetsporen van Van Gogh en ontdek Brabant op een andere manier.

Mede mogelijk gemaakt door Visit Brabant.

WAT GAAN WE DOEN OM DIT TE BEREIKEN?

We ondersteunen culturele amateurinstellingen

In deze bestuursperiode voeren we de meerjarige subsidieregeling amateurkunst (voor amateurinstellingen met een regionale functie) uit. De regeling loopt tot en met 2024. We onderzoeken in hoeverre onze huidige inzet past bij de gewenste scherpere provinciale rolname.

We vergroten maatschappelijke effecten

Wij zetten in op grotere maatschappelijke effecten van sportevenementen. Samen met het bedrijfsleven werken we aan een fonds dat (activatie) programma's ontwikkelt voor sociale inclusie, fysieke en mentale gezondheid, en duurzaamheid.

Wij stimuleren cultuur voor iedereen. In samenwerking met BrabantStad en met hulp van Kunstloc Brabant stimuleren we initiatieven om een subsidieaanvraag in te dienen bij het landelijke programma Cultuurparticipatie. Ook hier onderzoeken we in hoeverre onze huidige inzet past bij de gewenste scherpere provinciale rolname en gaan we na of we een slimme koppeling kunnen maken met het buurtcultuurfonds. Ook werken we in BrabantStad-verband aan het vergroten van de publiekswerking. Het doel van dit programma is om culturele instellingen toe te rusten om tot een pluriformer aanbod te komen. Door in dialoog te treden, ruimte te bieden aan nieuwe verhalen en een andere beleving, ontstaat een betere afstemming tussen vraag en aanbod, een meer inclusief aanbod en uiteindelijk een groter publiek.

We verhogen de leefbaarheid via lokale projecten

We helpen om ideeën te realiseren waarin cultuur bijdraagt aan de leefbaarheid in de eigen leefomgeving. Dit gebeurt via het Buurtcultuurfonds (sinds 2011 een samenwerking tussen de provincie en het Prins Bernhard Cultuurfonds) dat ook waterprojecten en groene schoolpleinen ondersteunt. We onderzoeken hoe dit fonds nog beter kan aansluiten bij lokale behoeften en hoe het een fonds wordt waarin gemeenten, lokaal bedrijfsleven en maatschappelijke makers de initiatiefnemers worden en waarin de provincie mede mogelijk maakt.

We verbinden beleefbaarheid en leefbaarheid

Recreatie en toerisme verbreden wij naar Waardevol Toerisme. Ons doel is om beter te sturen op het inkomende en binnenlandse toerisme in Nederland als geheel en daarbij economie, samenleving en leefomgeving in samenhang te bekijken. We onderzoeken regionaal hoe we het toerisme beter kunnen spreiden met tegelijkertijd meer aandacht voor duurzaamheid, beleefbaarheid en inclusiviteit.

We maken Uniek Sporten mede mogelijk

Wij ondersteunen de structuur van regionale loketten Uniek Sporten, waar mensen met een beperking of chronische aandoening geholpen worden een passende sport te vinden. Dit doen we door kennisdeling, communicatie en projecten gericht op het verbeteren van de structuur. We verkennen of en hoe we dit door kunnen ontwikkelen naar inclusief sporten.

We ondersteunen de bibliotheek

Wij ondersteunen de Brabantse bibliotheeksector in het aantrekkelijk houden van haar aanbod. Dit doen we door innovatie te stimuleren en te zorgen voor het leenverkeer tussen bibliotheken; beide activiteiten zijn onze wettelijke taken. Met het in 2020 ondertekende Bibliothekenconvenant zetten we in op onder andere leesbevordering en inclusie.

DOEL 2

MEER BEKENDHEID VAN HET BRABANTSE CULTUUR-, SPORT EN VRIJETIJDSAANBOD

INDICATOR	STREEFWAARDE
Waardering van de zichtbaarheid van het Brabantse cultuuraanbod (Bron: Waarde van Cultuur)	≥ 6,7 (2019: 6,7)
Het aantal contactmomenten op social media voor BrabantSport (Bron: BrabantSport)	2021: 4,1 mln. 2022: 4,4 mln. (2019: 3,7 mln.)
(online) vindbaarheid Brabantse vrijetijdsaanbod: aantal unieke bezoekers aan visitbrabant.com (Bron: VisitBrabant)	2022: 65.000 (2019: 65.000)

WAT GAAN WE DOEN OM DIT TE BEREIKEN?

We versterken de beleefbaarheid en bezoekbaarheid

Wij vergroten de zichtbaarheid en aantrekkelijkheid van het Brabantse vrijetijdsaanbod door het bezoekbare aanbod aan elkaar te koppelen. Dit doen we onder meer via thematische lijnen en arrangementen. Daarnaast zetten we via Routebureau Brabant en de landelijke platforms voor wandelen, varen en fietsen in op beleefbare routestructuren.

We vergroten de zichtbaarheid

Het onderscheidende, diverse en inclusieve vrijetijdsaanbod zetten we via marketing en communicatie in de etalage. Wij denken hier nog een wereld te kunnen winnen, want veel aanbod is onvoldoende bekend en het gebruik ervan nog te beperkt. Zo wordt het aanbod vindbaar op www.visitbrabant.com en maken we via een uitgekiende mediastrategie Brabanders en (inter)nationale bezoekers op het aanbod attent. We positioneren Brabant als aantrekkelijke regio, als de plek waar je moet zijn voor sport- en cultuurbeleving. Zo vergroten we het bereik, het gebruik, de vitaliteit en de (economische en maatschappelijke) opbrengsten van ons aanbod.

DOEL 3

ONTWIKKELEN VAN TOPTALENTEN IN BRABANT

INDICATOR	STREEFWAARDE
Percentage van de ondersteunde talenten dat aangeeft tevreden tot zeer tevreden te zijn over de geboden (ontwikkel)kansen (Bron: onderzoek onder talenten CTO/RTO en Talenthubs)	≥ 80%
Percentage topsporters/toptalenten Brabant t.o.v. landelijk (Bron: NOC*NSF)	≥ 16% (2018: 16%)

WAT GAAN WE DOEN OM DIT TE BEREIKEN?

We ondersteunen culturele toptalenten

Talentontwikkeling vinden wij belangrijk. Brabant heeft meerdere kunstvakopleidingen. De toptalenten van deze opleidingen moeten zich uitgedaagd voelen om zich in Brabant te vestigen en hier hun professionele beroepspraktijk te ontwikkelen. Hiertoe zijn talenthubs in het leven geroepen: talenten die door de sector zelf worden uitgekozen, krijgen ondersteuning op maat via een netwerk van festivals, podia en presentatie-instellingen en in de vorm van kennis en faciliteiten. Het doel: van hun opleiding hun beroep maken.

We geven sportieve toptalenten de kans

Brabant is een provincie waar sporttalenten de kans krijgen zich te ontwikkelen richting de top. Om ook in de toekomst voldoende toptalenten in huis te hebben, ondersteunen wij regionale en nationale toptalenten. Dit gebeurt via het Centrum voor Topsport en Onderwijs (CTO)/de Regionale Topsport Organisatie (RTO) Zuid in nauwe samenwerking met onderwijs, maatschappelijke organisaties (NOC*NSF, sportbonden) en overheden.

DOEL 4

VERSTERKEN VAN INNOVATIEF VERMOGEN EN ONDERNEMERSCHAP

INDICATOR	STREEFWAARDE
Ranking aantal start-ups en aantal bedrijven in de creatieve sector (Brabant in NL) (Bron: Waarde van Cultuur)	≤5 (2018: 5)
Ranking aantal bedrijven in de creatieve industrie, subsector kunsten en cultureel erfgoed (Brabant in NL) (Bron: Waarde van Cultuur)	≤6 (2018: 6)
Aandeel private financiering in Brabants Sportfonds	50% in 2022 (2020: 40%)
Aantal bij VisitBrabant aangesloten ondernemers (Bron: VisitBrabant/Businesspakket Leisure)	≥250 (2019: 275)

WAT GAAN WE DOEN OM DIT TE BEREIKEN?

We maken ontwikkeling van cultureel ondernemerschap mede mogelijk

We vinden het belangrijk dat startende makers en instellingen zich ontwikkelen en hun marktpositie versterken. We continueren in aangepaste vorm onze structurele inzet op de Impulsgeldregeling. Deze regeling, die wordt uitgevoerd door Kunstloc Brabant, geeft incidentele financiële impulsen aan ontwikkelambities. Intussen bekijken we in hoeverre het instrument past bij de doelen van het nieuw op te stellen beleidskader voor 2030.

We ondersteunen innovatie in (top)sport en bewegen

Brabant/Brainport blinkt uit in innovatie, ook in de sport. Ons systeem van innovatie in de topsport, talentontwikkeling en evenementen wordt nationaal en internationaal geroemd. Door een gezamenlijke innovatieagenda op te stellen en van daaruit enkele innovatieprojecten te co-financieren blijven wij dit netwerk ondersteunen. Niet alleen omdat het economische impact oplevert en onze top- en breedtesporters ervan profiteren, maar ook om te garanderen dat we in de toekomst bekend en beroemd blijven om onze verbinding tussen kennis, innovatie en sport.

We zetten in op cultuureducatie

We investeren in het ontwikkelen van het creatief vermogen van de Brabanders van morgen. Daarvoor investeren we in duurzame verankering van cultuureducatie in scholen en gemeenten/regio's door opnieuw mee te doen aan de matchingsregeling Cultuureducatie met Kwaliteit (CMK) voor 2021-2024. De afspraken die zijn gemaakt in het Bestuurlijk Kader Cultuur & Onderwijs 2013-2023 krijgen hierin uitwerking. Deze keer werken we samen onder de vlag van BrabantStad. We zijn de eerste stedelijke regio die dit gezamenlijk doet. Zo bundelen we onze kennis en zorgen we voor een betere aansluiting tussen stad en ommeland. We gebruiken deze periode om opnieuw te kijken naar onze rol in relatie tot Rijk en gemeenten in cultuureducatie en -participatie.

We versterken toeristisch-recreatief ondernemerschap

We ondersteunen toeristisch-recreatieve ondernemers door hen te faciliteren met marktkennis, instrumenten en het Brabants netwerk. Op deze manier kunnen ondernemers zelf met meer kracht aanbod ontwikkelen en de kwaliteit en zichtbaarheid van dat aanbod vergroten.

KENNIS, MONITORING EN EVALUATIE

Ook deze beleidsperiode koppelen we onze ambitie en doelen aan kernindicatoren, zodat er al een goede (maar nog geen volledig dekkende) basis ontstaat voor monitoring en evaluatie van ons beleid.

In deze bestuursperiode monitoren we ons beleid op basis van reeds bestaande indicatoren en bronnen. In de toekomst willen we de leefbaarheid en levendigheid van Brabant (uitgedrukt in sport, cultuur, recreatie, toerisme en cultureel erfgoed) integraler, gericht en met een vaste frequentie kunnen monitoren. Daarom ontwikkelen we de komende twee jaar een passende monitor (inclusief nulmeting). Daarbij laten we ons inspireren door bestaande monitors, zoals de Waarde van Cultuur (PON, Kunstloc Brabant e.a.) en de Monitor Brede Welvaart & Sustainable Development Goals 2020 (CBS). Ook gebruiken we informatie uit de Landelijke Data Alliantie. Zo werken we aan een waardevolle informatiebron voor iedereen in Brabant met interesse in de ontwikkeling van sport, cultuur, erfgoed, recreatie en toerisme.

Kennis en onderzoek

Als provincie brengen we trends, ontwikkelingen, beschikbaar en gewenst aanbod, Brabantse leefstijlen en behoeften in kaart en delen dit met het veld.

SPOORPARK TILBURG



4

OP WEG NAAR HET BELEIDSKADER 2030



ONZE OPDRACHT:

KOMEN TOT EEN BELEIDSKADER 2030

Als Provincie Noord-Brabant gaan we voor een uitstekend woon-, vestigings-, werk- en leefklimaat. Voor een Brabant waar sterke punten en regionale verschillen worden gekoesterd.

Vrijtijdsbesteding en een rijk sportief en cultureel leven zijn daarvoor belangrijke voorwaarden. Maar ook het behoud en het zichtbaar en beleefbaar maken van erfgoed is belangrijk; daarom wordt Erfgoed een onderdeel van het Beleidskader 2030. Cultuur, sport, toerisme & recreatie en erfgoed bepalen in grote mate de kwaliteit en de identiteit van onze provincie. Daarom maken allen deel uit van het beleidskader 2030. Door de onderlinge samenhang tussen deze sectoren te versterken en ze te verbinden met onze provinciale opgaven benutten we kansen om de sociale, economische en ruimtelijke ontwikkeling van Brabant én de vier sectoren te versterken.

Wij willen een integraal beleidskader maken om:

- De trots op en identiteit van Brabant te vergroten;
- Brabant in haar kwaliteiten te versterken;
- De vrijtijdsbesteding en participatie van onze Brabanders mogelijk te maken en te vergroten;
- De bijdrage van vrije tijd, cultuur, sport en erfgoed aan de omgeving, leefbaarheid, gezondheid en de economie in Brabant te verhogen;
- De aantrekkelijkheid van Brabant als economische en toeristische bestemming te vergroten.

Wij geven onszelf de opdracht om dit kader de komende anderhalf jaar te gaan ontwikkelen. Dat doen we niet alleen vanuit het provinciehuis, provinciehuis, maar zoveel mogelijk in een brede maatschappelijke dialoog met de inwoners (jong en oud) en professionals van Brabant. We gaan daarin op zoek naar gedeelde toekomstbeelden van een Levendig Brabant. Met deze beelden geven we richting geven aan ons toekomstig provinciaal beleid. We bouwen daarbij voort op de toekomstbeelden uit de omgevingsvisie maar zoeken waar nodig de verdieping met betrekking tot ons beleidsterrein.

DE BRABANTSE OMGEVINGSVISIE: ONS KOMPAS.

1. Vrije Tijd, Cultuur, Sport en Erfgoed leveren een bijdrage aan:



Gezonde en veilige leefomgeving



Energietransitie



Klimaatproof



Duurzame verstedelijking
vitaal platteland en mobiliteit



Concurrerende en
duurzame economie



Leefbaarheid

2. Een omslag in denken en handelen:

A	Van sectoraal (opgaven van de sectoren centraal)	integraal (oog voor synergie met andere maatschappelijke opgaven)
B	Van sturen op aanbod	meer vraag gestuurd werken
C	Van generiek beleid voor iedereen	gebiedsgericht, meer regionale manier van werken
D	Van aanpak per beleidsveld	aanpak gebaseerd op raakvlakken tussen de beleidsvelden
E	Van samenwerking met Rijk/gemeenten	meer samenwerking in brede coalities (maatschappij, bedrijfsleven, overheid), ruimte voor ondernemerschap en initiatieven.

KANSEN EN OPGAVEN

Wij zien de volgende vier kansen en opgaven, die we meenemen in de ontwikkeling van het beleidskader 2030:

1. Tijd is de nieuwe luxe, vrije tijd is een levensstijl. We zien dat mensen veel meer momenten per jaar buitenshuis hun vrije tijd besteden en daar ook veel geld aan uitgeven. Veel jongeren verlaten voor hun cultuurconsumptie de provincie. Ook zien we dat er een groeiende groep mensen is met een grotere belangstelling voor kwaliteit, eerlijk, duurzaam en lokaal, voor gezondheid en het klimaat. Mensen zijn zich meer bewust van hun omgeving, gedrag en levensstijl en ze kiezen bewuster. Het gaat vandaag de dag niet alleen om sectoren en hun voorzieningen, maar ook om gebieden. Het gaat steeds vaker om zogenaamde 'clusters van belevenissen en ervaringen' die sectoren en domeinen overstijgen. Pakken we als Brabant hier voldoende onze kansen? Zijn onze steden, onze natuur en ons landschap hier voldoende op ingericht? Zijn we voldoende aantrekkelijk en onderscheidend?

2. De afgelopen decennia is het vrijetijdsdomein veranderd. Naast het publieke (en maatschappelijke) aanbod is er steeds meer privaat aanbod gekomen met als kenmerk een goede antenne voor de vraagzijde. Daarnaast wordt onze vrijetijdsbesteding steeds individueler. Verenigingen komen onder druk te staan. Traditionele instituties verdwijnen. We zien een verschuiving van participatie die verder gaat dan alleen deelnemen en die inzet op deelhebben, op actief meebepalen, op vormgeven aan (zie kader). Dit vereist voor de publieke sector een voortdurende bezinning: Wat is de vraag naar publiek Brabants aanbod? Zijn er aanpassingen nodig? Kan iedereen wel meedoen in Brabant?

3. Digitalisering en technologische ontwikkelingen spelen een steeds grotere rol in het aanbod en de vrijetijdsbesteding van Brabanders. Sociale media brengen, naast toerisme, 'content' ofwel inhoud (denk aan verhalen, uitdagingen, wedstrijden) en mensen samen. Offline en online lopen door elkaar en er ontstaan nieuwe mengvormen van kunst, cultuur, erfgoed, sport en recreatie. Voor jongeren is dit vanzelfsprekend, voor andere groepen kan dit een drempel vormen. Welke kansen en uitdagingen brengt dit alles voor Brabant mee?

4. De nabije omgeving, gezondheid, participatie en inclusie winnen aan belang: een kwalitatief hoogwaardige en beweegvriendelijke omgeving voor onder meer individueel en ongebonden sporten en het ommetje "tussen de bedrijven door" én diverse voorzieningen nabij meer ontmoeting, ontplooiing, ondersteuning en ontspanning. Tegelijkertijd hebben door corona juist de vrijetijdssectoren het zwaar en er komen nog zware economische tijden aan. Bezoekers blijven mogelijk langer weg, bedrijven vallen om, banen gaan verloren en gemeenten (misschien wel de grootste financiers van deze sectoren) zitten krap bij kas. Wat is de betekenis van onder meer verstedelijking, een veranderend platteland en corona voor de Brabantse vrijetijdssectoren? Hoe ziet het Brabantse speelveld er na corona uit? En wat kan de provincie hierin betekenen?

DIALOOG

Samen gaan we op zoek naar antwoorden op de volgende vragen:

- Hoe zorgen we ervoor dat er ook in 2030 voor iedereen voldoende te doen en te beleven is in Brabant?
- Waar liggen kansen en mogelijkheden en ontwikkelrichtingen?
- Wat wordt ons streefbeeld?
- En hoe kunnen we dit streefbeeld verwezenlijken?
- Welke voorwaarden en condities zijn daarvoor nodig?
- Waar kunnen we krachten bundelen en welke rol nemen we vervolgens hierin als provincie?

EN VERDER

Wij zijn niet alleen in beweging. Binnen de beleidsterreinen Vrije Tijd, Cultuur, Sport en Erfgoed vinden vele gesprekken plaats om het beleid binnen die sectoren opnieuw vorm te geven. Onze partners in het veld en bij het Rijk en gemeenten zitten niet stil. Deze dynamiek nemen we zo goed mogelijk mee in de ontwikkeling van het nieuwe beleidskader.

We houden onder meer rekening met:

- De gevolgen van corona voor de vrijetijdssectoren in Brabant voor zover deze duidelijk zijn; (zie ook de kadertekst 'Vooraf: corona heeft enorme impact').
- Visie IPO op cultuurbeleid en de rol van de provincie in het culturele bestel.
- Herijking actieagenda Perspectief Bestemming Nederland 2030.
- Verkenning uitvoeringsorganisaties Erfgoed.
- Herijking bestuurlijke afspraken restauratiegelden.
- Herijking samenwerking landelijke routestructuren.
- Ontwikkelingen rondom Van Gogh Nationaal Park.
- Adviezen van de Nederlandse Sportraad aan VWS, zoals inzake de toekomstige organisatie en financiering van de sport.

Natuurlijk nemen we de ervaringen en uitkomsten van het lopende beleid ook mee. Denk aan de evaluatie van de impuls gelden, de eerste ervaringen met het Brabant Sportfonds en de doorontwikkeling van de publiek-private samenwerking in het Brabant C Fonds.

PROCES BELEIDSKADER 2030



WE ZETTEN VOORBEREIDENDE STAPPEN

Als voorbereiding op het beleidskader 2030 gaan we het komende jaar ervaring opdoen met een andere manier van werken op het gebied van sport, cultuur, erfgoed, toerisme en recreatie.

1. We willen scherper in beeld krijgen wat het betekent voor ons beleid als we de vraag van de ontvanger centraal stellen. We willen straks makkelijker dan voorheen kunnen inspelen op nieuwe doelgroepen en initiatieven.
2. We gaan meer ervaring opdoen met gebiedsgericht (regionaal) werken aan onze (vaak meer ruimtelijke) provinciale opgaven en de bijdrage die cultuur-, sport-, erfgoed- en vrijetijdsbeleid daaraan kunnen leveren.

Onderstaand gaan we hier dieper op in.



1. WE STELLEN DE BRABANDER CENTRAAL

Onze samenleving verandert. We hebben in Brabant te maken met vergrijzing. Daarnaast wonen steeds meer mensen alleen. We zien een generatie opgroeien die zich een leven zonder internet niet kan voorstellen. En we zien onze samenleving diverser worden.

Dit alles heeft gevolgen voor hoe we omgaan met sport, cultuur, erfgoed, recreatie en toerisme. Zo doen binnen de sport nieuwe en ongebonden vormen hun intrede, zien we een grote groei van Urban Sports en E-sports en ontstaan er 'van onderop' nieuwe cultuurvormen. (Sociale) media spelen een steeds grotere rol in het samenbrengen van mensen, en verhalen en beleving worden steeds belangrijker voor toerisme en recreatie.

Voorheen stonden het aanbod en de 'maker en ondernemer' centraal in ons beleid. Vanaf 2021 verandert dit perspectief waarlangs we ons beleid organiseren. We stellen de Brabander centraal: Wat wil de Brabander qua beleving en ontplooiing? Wat heeft hij/zij nodig? Hoe wil hij/zij participeren (deelhebben)? Wat betekent dit voor het publieke aanbod? Voor ons landschap? Voor onze natuur? Daarnaast gaat het hier om behoeften vanuit doelgroepen en dus om vraagstukken op gebied van inclusie, toegankelijkheid, Of om maatschappelijke behoeften zoals sociale cohesie.

WAT GAAN WE DOEN OM DIT TE BEREIKEN?

We betrekken leefstijlen

We willen de vraag naar het aanbod van cultuur, sport, toerisme en recreatie in Brabant scherper in beeld krijgen en betrekken daarbij ook de vraag naar het aanbod aan groen en water. We starten bij de verschillende leefstijlen uit het PON-onderzoek De Culturele Smaak van Brabanders 2020. En vullen dit waar nodig aan met informatie uit de andere vrijetijdssectoren, en betrekken dit alles bij de uitwerking van het beleid en instrumentarium. We trekken hierbij samen op met o.a. Erfgoed, Landbouw, Water en Natuur.

We verkennen de vraag van doelgroepen

In het verlengde hiervan verkennen we de vraag van doelgroepen, waaronder jongeren, mensen met een beperking en nieuwe Brabanders. We bekijken in hoeverre het vrijetijdsaanbod bij deze vraag aansluit en voldoende toegankelijk is en we gaan na of interventies door de provincie gewenst zijn.

We ondersteunen nieuwe initiatieven

Ook deze bestuursperiode verkennen we kansrijke ontwikkelingen voor Brabant en haar gemeenten en regio's als het gaat om nieuwe doelgroepen en vormen van sport, cultuur, recreatie en toerisme. Waar nodig en mogelijk ondersteunen we maar altijd samen met onze partners in de samenleving: bedrijfsleven, maatschappelijke organisaties, gemeenten en Rijk.

2. WE WERKEN GEBIEDSGERICHT AAN MAATSCHAPPELIJKE OPGAVEN

In onze Omgevingsvisie staat het gebiedsgericht werken aan maatschappelijke opgaven centraal. Aan deze opgaven kan het cultuur-, sport- en vrijetijds- en erfgoedbeleid een waardevolle bijdrage leveren.

WAT GAAN WE DOEN OM DIT TE BEREIKEN?

We verbinden met ruimtelijke ontwikkelingen

We verkennen hoe we een bijdrage kunnen leveren aan de grote ruimtelijke opgaven van Brabant; dit doen we vanuit een integrale visie op vrije tijd én vanuit het idee dat een ruimtelijke ontwikkeling altijd samengaat met een sociaal-culturele ontwikkeling. We willen bijvoorbeeld de kracht van cultuur, creativiteit en 'anders kijken' gebruiken als motor voor vernieuwing. De lessen die we hieruit leren brengen we in bij de ontwikkeling van het kader 2030.

We benutten de etalage

We stimuleren aanbieders van culturele initiatieven en evenementen, erfgoedactiviteiten, sportevenementen en toeristisch-recreatieve voorzieningen om activiteiten te ontwikkelen die aansluiten bij de maatschappelijke opgaven in de Brabantse Omgevingsvisie. Een voorbeeld kan zijn: meer bewustwording van het belang van water en klimaatadaptatie tijdens een sportevenement. Ook kunnen we ons als Brabant (inter-)nationaal veel zichtbaarder maken als smart region door onszelf meer zichtbaar te maken op innovatie, technologie en kennis. Door toepassing hiervan in de sectoren zelf, zoals nu al gebeurt bij innovatie in de sport, of bijvoorbeeld door bepaalde beurzen en evenementen naar Brabant te halen.

KRACHT VAN CULTUUR

De voorstelling 'Iets met boeren' is een actueel en door de provincie ondersteund voorbeeld. Theatremaker Peter Dictus werkte in de eerste maanden van 2020 in de gemeenten Reusel-De Mierden en Sint Anthonis samen met lokale amateurspelers en professionals aan een voorstelling over de huidige problemen van de boeren. 'Iets met boeren' is theater over, voor en met de mensen die ernaar zitten te kijken. Het is een voorbeeld van documentair theater of 'community art'. Dictus zelf zegt: 'Dit theaterstuk is een van de pogingen die de gemeente doet om boeren en burgers met elkaar in contact te brengen. Ik heb er goede hoop op dat dat hiermee gaat gebeuren.' Het is een voorstelling die zonder een oordeel te vellen of partij te kiezen inzichtelijk en invoelbaar maakt hoe complex de situatie voor de boeren is en hoe de belangen van boeren en burgers kunnen botsen. Het resultaat wordt door de makers omschreven als beklemmend, heftig en emotioneel.

ONZE BRABANTSE STEDEN EN ONS LANDSCHAP VERANDEREN

We staan aan de vooravond van grote veranderingen in ons landschap door enkele grote trends en ontwikkelingen op gebied van wonen en demografie, maar ook op gebied van landbouw, energie en klimaat. Deze verschillende maatschappelijke, fysieke en economische transitieën werken sterk op elkaar in en hebben samen grote invloed op de vitaliteit van de Brabantse steden, dorpen, kernen en het buitengebied. Nu is het moment om in deze processen erfgoed en de veranderende vraag en beleving van vrije tijd een plek te geven.

VAN GOGH NATIONAAL PARK

Hier wordt 'oud land' met prachtige natuurgebieden, cultuurlandschap en het erfgoed van Vincent Van Gogh gekoesterd en zorgt innovatie met de spirit van Van Gogh voor een toekomstbestendig landschap dat oplossingen biedt voor hedendaagse, maatschappelijke vraagstukken. Een mooi voorbeeld hierbij is het project 'Watermolenlandschappen voor klimaatadaptatie', gefinancierd uit de Erfgoed Deal van het Rijk: drie historische molens en omliggende gebieden in het beekdal van de Dommel gaan verdroging tegen en voeren water af bij piekoverlast.

5

HOE GAAN WE ONZE ACTIVITEITEN EN DOELEN **ORGANISEREN EN FINANCIEREN?**



ORGANISATIE

Samen met onze uitvoerende partners bekijken we hoe we het beleid uit dit kader slimmer en slagvaardiger kunnen uitvoeren.

Grote delen van ons beleid en onze activiteiten worden uitgevoerd door onze uitvoerende partners, met name Brabant C, Kunstloc Brabant en Cubiss (cultuur), BrabantSport (sport), VisitBrabant en Leisure Ontwikkel Fonds (recreatie en toerisme). Zij hebben een belangrijke rol in het mede mogelijk maken, maar vooral ook in het beweging stimuleren (aanjagen, kennisdelen, netwerkversterking en binding van bedrijfsleven en maatschappelijke partners).

Deze bestuursperiode kijken we kritisch naar hoe we onszelf hebben georganiseerd. Dit doen we op basis van de inhoud, de ambities die we willen realiseren met het beleidskader 2030, en de daarbij gekozen provinciale rol en manier van werken. Dit kan leiden tot aanpassingen in de werkzaamheden die onze uitvoerend partners in opdracht van ons uitvoeren en in het instrumentarium. In lijn met het bestuursakkoord willen we slagvaardig en slim handelen. We verkennen nieuwe financieringsmodellen en koppelen slim publiek en private budgetten. We kijken kritisch naar onze activiteiten en de wijze waarop we onze resultaten bereiken inclusief de rol die onze uitvoerende partners hierin spelen.



BUDGET IN 2021-2022

Voor de uitvoering van het beleid in de periode 2021-2022 zetten we € 71,5 mln. in. Een groot deel (€ 61,5 mln.) betreft bestaande structurele en reeds eerder toegekende incidentele middelen. Middels dit beleidskader stellen we voor om aanvullend een bedrag van € 11,6 mln. in te zetten. Dit zetten we als volgt in:

Sport: €4,2 mln.

- € 2,6 mln. (waarvan 0,4 mln t.b.v. FTE's) aanvullend vrij te maken voor het jaar 2022
- € 1,6 mln. storting in het Brabants Sportfonds (€ 0,4 mln./jaar voor jaren 2022-2025)

Vrijetijdseconomie: €0,8 mln.

- Voor ophoging voor continuering niveau VisitBrabant 2020 voor 2021 en 2022

Adaptief programmeren: € 6 mln.

- In te zetten voor het inspelen op nieuwe ontwikkelingen en initiatieven, inspelen op corona-gerelateerde zaken, en initiatieven en mogelijke cofinanciering van EU-projecten. De Staten worden vooraf geïnformeerd over concrete inzet van deze middelen.

Algemeen: €0,6 mln.

- Voor de ontwikkeling van het beleidskader 2023-2030

Tot slot blijft € 5 mln. van de bestuursakkoordmiddelen gereserveerd in de stelpost voor incidentele inzet in het laatste bestuursakkoordjaar 2023. De invulling van die € 5 mln. wordt betrokken bij het beleidskader 2030.

Beleids thema (bedragen x mln.)	2021	2022	Waarvan BA middelen en restant Samenleving**
Cultuur	€ 25,7	€ 25,5	
Sport	€ 3,6	€ 3,6	€ 2,6
Vrijetijdseconomie	€ 3,9*	€ 2,6	€ 0,8
Algemeen	€ 0,3	€ 0,3	€ 0,6
Adaptief programmeren	€ 3,0	€ 3,0	€ 6,0
Totaal	€ 36,5	€ 35	€ 10***

* Bedrag is inclusief resterende € 1,25 mln. voor de eenmalige aankoop van certificaten Van Gogh

** Specificatie van inzet Bestuursakkoordmiddelen en restant middelen Samenleving in 2021-2022.

*** Dit is exclusief de toevoeging aan het OKB voor fte's Sport in 2022 (€ 0,4 mln) en inzet 2023-2025 (€ 1,2 mln) t.b.v. het Brabants Sportfonds, die beiden geen programmatische inzet 2021/2022 betreft.

BIJLAGE 1

SWOT-ANALYSE CULTUUR, SPORT, RECREATIE EN TOERISME IN BRABANT



SWOT-ANALYSE CULTUUR, SPORT, RECREATIE EN TOERISME IN BRABANT

BELEIDSKADER VRIJE TIJD, CULTUUR EN SPORT 2021-2023

In onderstaande SWOT-analyse wordt een onderscheid gemaakt tussen een interne en externe analyse. De interne analyse betreft de sterktes en zwaktes. Dit zijn aspecten waar de provincie (overheid) gedeeltelijk invloed op uit kan oefenen door middel van beleid. De externe analyse betreft de kansen en bedreigingen. Kansen en bedreigingen komen van buiten, de provincie kiest in haar beleid hoe hiermee om te gaan. Hieronder vallen ook onderwerpen die buiten de domeinen sport, cultuur en vrijetijdseconomie vallen.

De SWOT-analyse is samengesteld aan de hand van feiten en cijfers, trends en ontwikkelingen en inzichten van relevante stakeholders. Door middel van drie werksessies met experts uit het veld, uitvoeringsorganisaties en kennisinstellingen is de SWOT verfijnd. Belangrijk om op te merken is dat een SWOT analyse inzage geeft in de meest relevante sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen, maar niet uitputtend is.

In deze SWOT gaan we specifiek in op cultuur, sport en recreatie en toerisme.

1.1 INTERNE ANALYSE

STERKE PUNTEN

Algemeen:

- Duidelijke identiteit en sterke trots op de eigen provincie. De provincie Noord-Brabant kan worden getypeerd aan de hand van een aantal duidelijke kenmerken, zoals bourgondisch karakter, sterke sociale netwerken, gastvrij en ondernemend en heeft daarmee een heldere identiteit. Bovendien voelen inwoners zich 'Brabander'. De identiteit wordt o.a. versterkt door het aanwezige culturele aanbod en immaterieel en materieel erfgoed.
- Brabant heeft een uitzonderlijke combinatie van kennisintensieve bedrijven en hoogwaardige maakindustrie, onder andere in hightech (waaronder medische technologie en automotive), maintenance, chemie en biobased, logistiek en agrofood. Brabant heeft de ambitie om een top kennis- en innovatieregio te zijn en te blijven.
- Er heerst een sterke doe-mentaliteit in Brabant.
- Werkgelegenheid in de Brabantse vrijetijdssector groeit. De werkgelegenheid gerelateerd aan de vrijetijdssector (cultuur, recreatie, toerisme, sport) is de afgelopen jaren toegenomen in Brabant (pre-corona). Ruim 6 procent van alle banen in Noord-Brabant is te vinden in de sport-, cultuur- en recreatiesector. Daarmee zijn sport, cultuur en recreatie belangrijk voor de Brabantse werkgelegenheid. Qua omvang bv. groter dan de landbouwsector.
- De provincie heeft een gunstige ligging t.o.v. de buurlanden. En het aantal bezoekers uit België en Duitsland groeit (pre-corona).
- Brabanders zetten zich actief in voor de samenleving. Er is sprake van veel sociale participatie en sterk ontwikkelde lokale gemeenschappen. Ook het verenigingsleven is sterk aanwezig.

M.b.t. provinciaal beleid

- De Provincie Noord-Brabant investeert in de ontwikkeling van nieuwe initiatieven en voorzieningen door ontwikkelfondsen en uitvoeringsorganisaties.
- Er wordt actief ingezet op monitoring door uiteenlopende instrumenten voor verschillende domeinen. De inzichten, feiten en cijfers afkomstig uit deze monitoring vormen een goede basis voor het maken van keuzes en voor het sturen op kwaliteit.
- De provincie loopt voorop ten opzichte van andere provincies in het nadenken over een integraal vrijetijdsbeleid en vrijetijdsindustrie (in de brede zin van het woord). Door deze ambitie worden sectoren al logischerwijs in elkaar 'gehaakt'.

STERKE PUNTEN

Specifiek:

- Het cultuurbezoek in Brabant is relatief hoog in vergelijking met andere provincies. Daarbij is met name 'laagdrempelig' cultureel bezoek (bioscoop etc.) populair. Tevens neemt het museumbezoek toe.
- Brabant heeft een sterk profiel op het gebied van cabaret en kleinkunst t.o.v. andere provincies in Nederland. Positie 2 in 2018.
- Grote waardering voor het kunst en culturaanbod in Brabant onder eigen inwoners. Negen op de tien Brabanders vindt dat er (ruim) voldoende culturele voorzieningen aanwezig zijn in de provincie.
- Grotere waardering voor de sociale functie van kunst en cultuur in Brabant. De inwoners zijn van mening dat kunst en cultuur in sterke mate bijdraagt aan het welzijn, leefbaarheid en de saamhorigheid.
- In Brabant worden in verhouding tot de rest van Nederland de meeste muziekfestivals georganiseerd, maar zowel landelijk als in Brabant - na jaren van stijging - stabiliseert het festivalbezoek.
- In Brabant worden ook veel innovatieve festivals als STRP, Playgrounds, Dutch Design Week, GLOW, Dutch Technology Week, Emoves en GraphicDesignFestival georganiseerd.
- De provincie heeft een sterke creatieve industrie. Hierbinnen is design relatief sterk vertegenwoordigd, met een aantal highlights, waaronder het grootste Design event van Noord-Europa: Dutch Design Week. De innovatieve kracht van Brabant is ook terug te zien in de kunst en cultuur en culturele werkplaatsen, zoals het Textiellab, EKWC, Beeldenstorm, Cor Unum, Social Label en BioArt Laboratories.
- Brabant kent in verhouding met de rest van Nederland veel rijksmonumenten in de categorieën Boerderijen, molens en bedrijven, Religieuze gebouwen en Uitvaartcentra en begraafplaatsen.

M.b.t. provinciaal beleid:

- Brabant heeft zich de afgelopen jaren met aantal instrumenten (impulsgelden en Brabant C fonds) onderscheiden om de culturele sector duurzaam te versterken.
- Cultuureducatie krijgt veel aandacht in Brabant.
- Brabant doet het goed op het gebied van talentontwikkeling t.o.v. andere provincies. Talenten uit kunst en cultuur kunnen zich ontplooiën in een setting van hubs.
- Aandacht voor publiekswerking in Brabant. Eén van de vier pijlers in het Brabantse regioprofiel 2021-2024 is gericht op het versterken van publiekswerking. Van, door en voor iedereen relevant zijn wordt een steeds belangrijker thema in de culturele sector

- De sportaccommodatiedichtheid en verenigingsdichtheid in (delen van) Brabant is relatief hoog in vergelijking met het landelijk gemiddelde (er zijn ongeveer 5.000 sportverenigingen in Brabant).
- De provincie Noord-Brabant beschikt op het gebied van sport over een groot aantal sportevenementen en een topsport- en talentencentrum (CTO) in Eindhoven en nevenlocatie Den Bosch.

M.b.t. provinciaal beleid:

- Noord-Brabant onderscheidt zich samen met twee andere provincies t.o.v. de rest van Nederland door jaarlijks substantieel te investeren in sport. Andere provincies geven minder uit of investeren alleen incidenteel.
 - Brabant onderscheidt zich t.o.v. andere regio's op het gebied van sport met (beleid voor de ontwikkeling van) technologisch innovatieve producten die tot doel hebben om mensen (beter) te laten bewegen.
 - Brabant profileert zich sterk op het gebied van urban sports. Er is relatief veel urban sports aanbod op hoog niveau aanwezig in de provincie. Zo zijn internationale urban sports evenementen naar Brabant gehaald. Urban sport is een verzamelnaam voor sporten die ontstaan zijn op straat. Denk aan skateboards, freerunnen, inline skaten of BMX-en.
 - In Brabant is veel aandacht voor inclusief sporten. Sporten is niet voor iedereen vanzelfsprekend.
- Het recreatie aanbod in Brabant is omvangrijk. Hieronder verstaan we o.a. het evenementen aanbod, horeca en attracties.
 - Brabant beschikt over een aantal (dagrecreatie) voorzieningen en evenementen met een (inter)nationale uitstraling en bekendheid, zoals de Efteling en Safaripark Beekse Bergen en de Dutch Design Week.
 - De verblijfsrecreatie sector in Brabant is zeer omvangrijk. Na Noord-Holland en Gelderland beschikt Brabant over de meeste verblijfsrecreatie voorzieningen in Nederland (11% van het totaal). In totaal telt Brabant bijna 150.000 slaapplekken.

M.b.t. provinciaal beleid:

- Er wordt in Brabant actief gewerkt aan het creëren van nieuwe beleefbare iconen, zoals (erfgoed)locaties in relatie tot Vincent van Gogh en de Zuiderwaterlinie om bezoekers te spreiden en meer bezoekers te trekken.
- Er is aandacht voor de problematiek rondom de vitaliteit van vakantieparken in Brabant. Daarvoor is een provinciaal programma opgesteld, waaraan wordt gewerkt.
- Brabant profileert zich goed als aantrekkelijke familiebestemming. In vergelijking met de rest van Nederland heeft Brabant een hoog aandeel aan familievakanties.

ZWAKKE PUNTEN

Algemeen:

- Kwalitatief goede en bereikbare publieke ruimte in Brabant is schaars, met name in het stedelijk gebied. Aan de ene kant is er behoefte aan woningbouw en infrastructuur en aan de andere kant aan groen en vrijetijdsvoorzieningen, in een beperkte ruimte. Dat kan spanningen en frictie opleveren.
- In (toekomstige) krimpgebieden aan de randen van de provincie staat het voorzieningenniveau onder druk, zoals culturele voorzieningen en sportverenigingen, maar ook horeca en retail.
- Het imago van Brabant is in de afgelopen tijd niet altijd positief geweest, denk aan de corona brandhaard en negatieve media-aandacht rondom de intensieve landbouw.

M.b.t. provinciaal beleid:

- De verbinding van de sectoren cultuur, sport en recreatie en toerisme met andere domeinen en maatschappelijke vraagstukken is nog beperkt en kan verder worden versterkt.
- De provincie Noord-Brabant komt uit een politiek-bestuurlijk onrustige periode. De inkomsten uit vermogen staan onder druk o.a. door zeer lage rente en lagere dividenduitkeringen uit de "Essent-gelden", daardoor wordt deze bestuursperiode de broekriem aangetrokken.
- Voor het binnenhalen van (inter)nationale projecten en evenementen is een stabiele basis nodig. Hier past ook een structurele manier van financieren bij. Een deel van de uitvoeringsorganisaties en instrumentarium wordt nu (deels) incidenteel gefinancierd.

ZWAKKE PUNTEN

Specifiek:

- De publieke culturele infrastructuur (theaterzalen, musea, podiumkunstbedrijven etc.) en het cultuuraanbod in Brabant zijn qua aantallen bescheiden vergeleken met andere provincies en wat je zou verwachten op basis van inwoneraantal en oppervlakte.
- De cultuurbeoefening in Brabant loopt terug, zoals het bespelen van een instrument, zingen of toneel spelen. En er wordt minder gelezen in Brabant.
- Het cultuurtype 'hip & happening' is relatief beperkt vertegenwoordigd in Brabant in vergelijking met het gemiddelde in Nederland. Dit is de groep mensen die kunst en cultuur belangrijk vindt in de samenleving en het als waardevol onderdeel van vrijetijdsbesteding ziet.
- Een deel van de Brabanders, zoals jongeren en de groep hip&happening, gaan in toenemende mate de provincie uit voor cultuurconsumptie, omdat er onvoldoende passend cultureel aanbod te vinden is in de eigen provincie.
- Brabant heeft veel (grote) podia, maar het programma is weinig onderscheidend. Op het gebied van ondernemerschap, uitgezonderd de domeinen design, av en dance, is nog terrein te winnen.
- Brabantse kunst van internationale allure wordt niet overal als Brabants herkend. En eigen inwoners weten weinig van hun internationale culturele toppers.
- Een aantal sportverenigingen in kleine kernen in de provincie Brabant heeft te maken met vermindering van de levensvatbaarheid. Deze verenigingen zijn in de afgelopen jaren geconfronteerd met een daling van het aantal leden.
- Toenemende druk op de georganiseerde verenigingssport. In de totale sportbeoefening neemt de verenigingssport een minder grote plaats in dan voorheen. Door corona wordt dit mogelijk versterkt. Het percentage Nederlanders dat lid is van een sportvereniging is overigens stabiel (+/- 30%).
- Beperkt onderscheidend vermogen sportevenementen Brabant. In Brabant worden veel sportevenementen georganiseerd, maar deze zijn niet per se onderscheidend t.o.v. de rest van Nederland.
- Veel eenmalige sportevenementen hebben relatief beperkte lange termijneffecten.
- De kwaliteit en vitaliteit van (een deel van) het toerisme en recreatie aanbod in Brabant staat onder druk. Door corona wordt dit mogelijk versterkt.
- Een derde deel van het verblijfsrecreatie aanbod in Brabant is 'niet vitaal'. Dit zijn bedrijven die doorgaans weinig investeren, niet uitsluitend afhankelijk zijn van toeristen (zoals tweede woningen parken en parken waar veel sprake is van langdurige verhuur) en daardoor minder gevoelig zijn voor crisissen. De kwaliteit van het aanbod staat daarmee nog verder onder druk.
- Kwetsbaar aanbod door kleinschaligheid. Een relatief groot deel van het cultuur- en recreatie aanbod in Brabant is vrij kleinschalig. Dat maakt het aanbod charmant en aantrekkelijk, maar ook kwetsbaar, omdat kleinschalige bedrijven vaak over beperktere investeringsmogelijkheden, kennis en tijd beschikken.
- De recreatieve draagkracht van delen van de provincie, zoals natuurgebieden (bv. de Biesbosch), staat onder druk. Door corona, toename buitenrecreatie, neemt deze druk mogelijk toe.

1.2 EXTERNE ANALYSE

KANSEN

Algemeen

- Vrije tijd wordt steeds belangrijker in onze maatschappij. De hoeveelheid vrije tijd die we tot onze beschikking hebben is niet veranderd de afgelopen jaren en de verdeling qua activiteiten (mediagebruik, sociale contacten onderhouden, sporten etc.) is stabiel gebleven, maar de daadwerkelijke invulling wordt anders, waarbij het individu meer centraal komt te staan. Op een zinvolle manier invulling geven aan 'tijd' wordt dan ook belangrijker, want we multitasken meer. Het gebruik van nieuwe media neemt daarbij toe. Door de opkomst van deze nieuwe media zijn we in staat om ons wereldwijd virtueel te verenigen. Echter zien we als tegenreactie een toegenomen behoefte aan 'uit-staan' om tot rust te komen. Hierbinnen zien we onder andere een groei van natuurbeleving waarbij men onthaast door fietsen en wandelen in de natuur, zie ook het volgende punt. Dat is een kans voor Brabant.
- We trekken er meer op uit. Er worden steeds meer uitstapjes ondernomen in Brabant door eigen inwoners en bezoekers van buiten Brabant. Daarbij is buitenrecreatie (o.a. fietsen en wandelen) het meest populair, gevolgd door uitgaan en recreatief winkelen.
- Meer aandacht voor een kwalitatief goede en gezonde leefomgeving. Er is meer bewustzijn over en belang bij een leefomgeving waar het prettig wonen is en vrije tijd op een goede manier kan worden ingevuld. Een omgeving waarin elkaar ontmoeten en bewegen wordt gefaciliteerd. De rol van cultuur, sport en toerisme en recreatie bij het creëren van een aantrekkelijke en kwalitatief hoogwaardige leefomgeving is daarmee beter zichtbaar.
- Brabant heeft de ambitie om een top kennis- en innovatieregio te zijn en te blijven. Om die ambitie te realiseren, is het belangrijk dat de kwaliteit van leven hoog is en er voldoende te doen en te beleven is, zodat een aantrekkelijk vestigingsklimaat ontstaat. Een kans voor de domeinen cultuur, sport en vrijetijdseconomie.
- De samenstelling van de bevolking verandert. Er worden steeds minder kinderen geboren, het kindertal per gezin daalt, Brabanders worden op latere leeftijd voor het eerst vader of moeder, er ontstaan meer samengestelde gezinnen en het aantal éénpersoonshuishoudens neemt toe. Dit kan gevolgen hebben voor de vraag naar sport, cultuur, recreatie en toerisme en leiden tot het ontstaan van nieuw aanbod. Dit is zowel een kans voor veel bedrijven en instellingen, maar kan ook een bedreiging zijn.
- De Brabantse samenleving wordt meer divers. De (buitenlandse) migratie wordt steeds meer dé bepalende factor in de groei van de bevolking. Zo telt Brabant circa 100.000 arbeidsmigranten. Dit kan gevolgen hebben voor de vraag naar sport, cultuur, recreatie en toerisme en leiden tot het ontstaan van nieuw aanbod. Ook is er meer aandacht voor de integratie en participatie van arbeidsmigranten in de samenleving. Dit is zowel een kans voor veel bedrijven en instellingen, maar kan ook een bedreiging zijn, mits er niet goed wordt ingespeeld op deze nieuwe groep.
- Opkomst van een nieuwe generatie en daarmee veranderende wensen. De huidige generatie jongeren, Generatie Z (geboren tussen 1995 en 2010, ongeveer 17,5% van de Brabantse bevolking), is een generatie die opgroeit in een volledig digitale wereld. Ze zijn meer open-minded dan voorgaande generaties, hechten waarde aan 'anders zijn', duurzaamheid en ethiek. Generatie Z is de eerste generatie

die zich geen leven zonder internet kan voorstellen. De onlinewereld is dan ook nadrukkelijk onderdeel van hun leven. Online en offline lopen in elkaar over. En deze groep heeft dan ook interesse in digitale ontsluiting van activiteiten.

- Steeds groter wordende groep 65-plussers. Die overigens steeds vitaler worden, maar desalniettemin de meeste behoefte hebben aan 'aangepaste' voorzieningen. Maar inclusie gaat verder dan alleen de groep 65+'ers, denk ook aan lage sociaaleconomische status, mensen met een beperking, groepen die vanwege hun achtergrond worden uitgesloten van deelname (diversiteit, migratieachtergrond). Kansen voor het inspelen op veranderende vrijetijdsbehoeften.
- Door digitalisering ontstaan nieuwe vormen van sport, cultuur en recreatie en toerisme die gedeeltelijk fysiek en gedeeltelijk digitaal zijn, denk aan het gebruik van apps bij sporten of e-sports en virtuele 'podia' voor cultuur. Hierdoor ontstaan nieuwe vormen van het beleven van vrije tijd. Het (digitaal) vertellen (storytelling) van verhalen wekt betrokkenheid, verbondenheid en samenhang tussen mensen op. Media en toerisme spelen een belangrijke rol in het bij elkaar brengen van 'content / verhalen' en 'mensen'.
- We zien een grotere belangstelling voor eerlijk, duurzaam, lokaal, gezondheid en het klimaat. Consumenten zijn zich meer bewust van hun consumptiegedrag en levensstijl. Ze kiezen bewuster en verwachten dat bedrijven daarin meegaan.
- Er ontstaan meer publiek-private samenwerkingen en daar komt ook meer aandacht voor (nieuwe verdienmodellen), waardoor initiatieven economisch rendabeler worden én een maatschappelijk belang dienen.
- Het belang van spullen bezitten neemt af; het gaat om gebruik en toegang. Deelplatforms, zoals AirBnB groeien snel, wat enerzijds zorgt voor ondernemerschap en extra inkomsten voor verhuurders, maar anderzijds ook protest oplevert in de samenleving als woonwijken 'overgenomen' worden door toeristen.
- Positieve impact Corona:
 - Toegenomen interesse in lokaal consumeren (kopen, recreëren, vliegschaamte etc.). Mogelijk krijgen we 'meer' vrije tijd i.v.m. meer thuiswerken en minder reistijd. Meer behoefte aan rustige en ruime plekken, trek naar het platteland en een herwaardering voor Nederland als bestemming.
 - We zien wat de impact is van weinig ontmoeting. Eenzaamheid wordt dan ook een zichtbaarder vraagstuk. De mens is een sociaal dier. Voldoende ruimte om elkaar te ontmoeten en met elkaar te genieten van sport, cultuur en leuke dingen doen wordt alleen maar waardevoller.
 - De positieve gevolgen van corona op langere termijn zijn nog niet te overzien.

KANSEN

Specifiek

- De zichtbaarheid van de maatschappelijke waarde van sport, cultuur en recreatie en toerisme neemt toe. Sport als middel en als belangrijke bijdrage voor een gezond en vitaal Brabant. En de bijdrage van kunst en cultuur aan het algehele welzijn in Brabant en 'zingever'.
- Meer aandacht voor nieuwe vormen van cultuur, verbreding van het culturele aanbod en de culturele doelgroep. Het gaat hier om vormen die nog buiten de huidige definities van cultuur vallen.
- Brabant kan met de huidige innovatiehubs en de kennisinfrastructuur inspelen op de zakelijke markt. Deze kansen doen zich voor binnen zowel de vrijetijdseconomie (zakelijk toerisme) als binnen sport en cultuur.
- In het verlengde daarvan is de betalingsbereidheid en betekenis van evenementen groot. Dat is commercieel gezien een kans, maar ook een kans voor de invulling van vrije tijd van inwoners en bezoekers. Het combineren van verschillende domeinen kan hierin succesvol zijn.
- Opkomst technologische ontwikkelingen. Daar liggen nog veel kansen om (nog) meer onderscheidend te zijn op nationaal en internationaal niveau, bijvoorbeeld qua topsport en topcultuur.
- Brancheervaring, festivalisering, thematisering. Cultuur, sport en recreatie en toerisme groeien steeds meer naar elkaar toe, als gevolg van de consument die gaat voor thematisering en gemak: het comfort van veel belevenissen binnen handbereik. Zo zien we dat bruiloften kleine festivals worden, dagattracties vakantieparken bouwen, muziekevenementen sport- en cultuur randprogrammering aanbieden en er goed een culturele hotspot wordt of urban sports locatie.
- De populariteit van buitenrecreatie (fietsen, wandelen, bezoek aan een natuurgebied) neemt toe.
- Groei inkomend toerisme. De vraag neemt toe, evenals de behoefte aan aanbod en aantrekkelijke bestemmingen o.a. om de druk op de Randstad en populaire bestemmingen, zoals Amsterdam te verlagen (spreiding) en alle regio's te laten profiteren van toerisme. De groeicurve wordt negatief beïnvloed door corona, maar er wordt herstel van het toerisme verwacht.
- Toegenomen aandacht voor waardevol toerisme: toerisme dat streeft naar een goede balans tussen economie en leefbaarheid. Landelijk en provinciaal is hier meer aandacht voor. Een verschuiving van 'meer bezoekers en bestedingen' (focus op economie), naar 'een goede relatie tot de samenleving en kwaliteit van leven' (focus op maatschappelijk belang). Kans voor (krimp)regio's buiten de Randstad, de Brabantse steden (alternatief voor Amsterdam) en het versterken van de aantrekkingskracht van de provincie; extra afzet genereren en daarmee voorzieningen in stand houden.

BEDREIGINGEN

Algemeen

- De veranderende samenleving (door o.a. migratie en vergrijzing) en daarmee veranderende vrijetijdsbehoeften is naast een kans ook een bedreiging, wanneer het aanbod niet aansluit bij de veranderende vraag. Het voorzien in en vervullen van de vrijetijdsbehoeften is belangrijk voor een goed vestigingsklimaat.
- Krimp en verstedelijking, de Brabantse bevolking groeit op dit moment nog, maar in een paar gemeenten is er al sprake van krimp en vanaf 2030 wordt in de hele provincie krimp verwacht m.u.v. de steden. Hierdoor kan het in stand houden van de voorzieningen onder druk komen te staan en komt in de steden mogelijk meer druk op de openbare ruimte (parken, natuurgebieden, infrastructuur) i.v.m. verstedelijking en toegenomen gebruik en een toegenomen vraag.
- Door decentralisatie komt verantwoordelijkheid bij lagere overheden te liggen, hierdoor kan versnippering en inefficiënte ontstaan. Sommige vraagstukken, zoals druk op de openbare ruimte die gemeentegrenzen overstijgen, vragen om een bovenregionale scope.
- Terugtrekkende overheid. Dit heeft o.a. invloed op de beschikbare geldstromen. Sectoren die sterk afhankelijk zijn subsidies komen daardoor onder druk te staan.
- Tweedeling. De maatschappij wordt steeds individualistischer en er ontstaat een zachte tweedeling tussen de 'kansrijken' en 'kansarmen'. Deze laatste groep kenmerkt zich onder andere door lage inkomens, weinig sociale zekerheid en tijdelijke banen. Door de gevolgen van de coronacrisis lijkt de tweedeling verder toe te nemen.
- Sociale cohesie onder druk. De omvang van traditionele instituties (zoals de kerk of lokale vereniging) neemt af. Ondanks dat er nieuwe (digitale) gemeenschappen ontstaan, staat de sociale cohesie onder druk.
- Negatieve impact corona.:
 - Economische gevolgen, zoals krimp van de werkgelegenheid en faillissementen. Maar ook afname van het consumentenvertrouwen wat doorgaans resulteert in een daling van de uitgaven en verschillen tussen burgers op het gebied van vrijetijdsbestedingen worden daardoor mogelijk groter. Daarnaast wordt op vrijetijdsactiviteiten met een financiële component (uit eten gaan, museumbezoek etc.) snel bezuinigd.
 - De gevolgen op langere termijn zijn nog niet te overzien.
 - Naast een economische impact is de verwachting dat corona ook sociaal-maatschappelijk effecten gaat hebben, denk aan effecten op de psychische- en lichamelijke gesteldheid, zoals eenzaamheid.
 - Een andere zorg als gevolg van de coronacrisis is dat met name laagbetaalde arbeidskrachten in de vrijetijdssector hun baan dreigen te verliezen en niet gemakkelijk aan nieuw werk komen in deze tijd.
 - Als gevolg van de coronacrisis staan de rijks- en gemeentelijke begrotingen de komende jaren hoogstwaarschijnlijk onder druk, waardoor minder cofinancieringsbudget beschikbaar komt.

BEDREIGINGEN

Specifiek

- De aantrekkelijkheid en toegankelijkheid van de publieke cultuursector staat onder druk. Volgens de Raad voor Cultuur ontstaan in de nabije toekomst een tweetal problemen omtrent de toegankelijkheid en aantrekkelijkheid van cultuur. Allereerst identificeren zij dat de deelname aan traditionele vormen van cultuur (veelal de gesubsidieerde vormen, zoals opera, toneel, ballet, muzieklessen etc.) niet meer zo vanzelfsprekend is. Daarnaast is de samenstelling van het publiek en het aanbod eenzijdig.
- Er is sprake van een relatief scheve verdeling van cultuurgelden tussen stad en platteland. Dit komt door de omvang van culturele voorzieningen in stedelijke gebieden.
- Druk op exploitatie van (gemeentelijke) binnensportaccommodaties neemt toe.
- Druk op vrijwilligers neemt toe. De sport- en cultuur- en erfgoedsector zijn (sterk) afhankelijk van vrijwilligers. Door o.a. bezuinigingen is de vraag naar en de druk op vrijwilligers de afgelopen jaren toegenomen en er worden steeds meer maatschappelijke opdrachten neergelegd bij verenigingen. Daarnaast willen minder mensen zich structureel verbinden aan vrijwilligerswerk.

GERAADPLEEGDE BRONNEN EN GESPREKSPARTNERS

De SWOT-analyse is samengesteld aan de hand van feiten en cijfers, trends en ontwikkelingen en inzichten van relevante stakeholders. De punten uit de SWOT-analyse zijn samengesteld uit onderstaande bronnen en input gesprekspartners en stakeholders.

Algemeen

- Brabant Brand Box, <https://www.brabantbrandbox.com/nl/over-de-regio-brabant/noord-brabant-feiten-cijfers/>
- Buitengewoon Brabants, over binding en identiteit, PON, 2006
- Coronacrisis versnelt trends in detailhandel, Rabobank, 2020:
<https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/coronacrisis/detail-en-groothandel/coronacrisis-versnelt-trends-in-detailhandel>
- Databank Provincie Noord-Brabant, <https://brabant.databank.nl/kiosken/index.html>
- Groei en krimp per gemeente, Provincie Noord-Brabant, <https://bevolkingsprognose.brabant.nl/hoofdstuk/groei-en-krimp-gemeente>
- Provincie Noord-Brabant, <https://www.brabant.nl/over-brabant>
- Bestuursakkoord Noord-Brabant 2020 - 2023
- Banen van werknemers naar regio en economische activiteit 2010-2018, CBS, 2019
- Sociale samenhang en scheidslijnen door de ogen van Brabanders, Het PON, april 2017
- De val van de middenklasse? Het stabiele en kwetsbare midden, Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR), 2017
- Wat is er aan de rand? Over bevolkingskrimp op het Brabantse platteland, BrabantKennis, 2019
- Arbeidsmigratie in Noord-Brabant, Provinciale werkgroep arbeidsmigratie, in samenwerking met Het PON, Brabantse Gemeenten, VNO-NCW Brabant Zeeland, ZLTO, BrabantAdvies, september 2018
- Financiële bijwerkingen van corona: Indicatie van de financiële effecten van de coronacrisis voor gemeenten, Andersson Elffers Felix, juli 2020
- Kwetsbare groepen op de arbeidsmarkt, beleidssignalement maatschappelijke gevolgen coronamaatregelen, Sociaal en Cultureel Planbureau, 9 juli 2020
- Zicht op de samenleving in coronatijd, maatschappelijke effecten corona, Sociaal en Cultureel Planbureau, 18 mei 2020
- Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2019 – NRIT e.a., 2019
- Trends in Nederland 2019, Centraal Bureau voor de Statistiek, 2019
- Scenario's Samenleven 2030: een toekomstverkenning, Futureconsult, april 2019
- Wandelen in coronatijd – Stichting Wandelnet, 2020
- Coronacrisis versnelt trends in detailhandel, Rabobank, 2020:
<https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/coronacrisis/detail-en-groothandel/coronacrisis-versnelt-trends-in-detailhandel>

Vrije tijd

- Alle ballen in de lucht, Tijdsbesteding in Nederland en de samenhang met kwaliteit van leven, Sociaal en Cultureel Planbureau, december 2018
- De sociale staat van Nederland 2018, Sociaal en Cultureel Planbureau, september 2018
- De sociale staat van Nederland 2019, Sociaal en Cultureel Planbureau, september 2019
- Lekker vrij!? Vrije tijd, tijdsdruk en de relatie met de arbeidsduur van vrouwen, Sociaal en Cultureel Planbureau, februari 2016

Sport

- Brabantscan, GGD, 2017
- Continu Vrijetijdsonderzoek tabellenrapport Noord-Brabant, NBTC-NIPO Research, 2020
- Database SportAanbod, Mulier Instituut, 2017
- Evaluatie Sportagenda Brabant Beweegt 2016-2019, BMC, 2019
- Factsheet Evenementen Brabant 2016-2019, Provincie Noord-Brabant, 2020
- Factsheet Uniek Sporten Brabant 2016-2019, Provincie Noord-Brabant, 2020
- Het speelveld van de sport, Nederlandse Sportraad, 2020
- Sportdeelname en accommodatiegebruik in Noord-Brabant, Mulier Instituut, 2014
- Consumentenuitgaven aan sport, 2018, uit NRIT trendrapport 2019, Mulier Instituut
- Factsheet Gezelschap Sport & Bewegen, 2019, uit NRIT Trendrapport 2019, Mulier Instituut
- Scorebord 2019, BrabantSport, 2019
- Sportaccommodaties in Nederland, kaarten en kengetallen, Mulier Instituut, 2016
- Sportagenda Brabant Beweegt 2016-2019, Provincie Noord-Brabant, april 2016
- Sportdeelname en accommodatiegebruik in Noord-Brabant, Mulier Instituut, 2014
- Sportdeelname Index, NOC*NSF, 2019
- Sportverenigingen – Kamer van Koophandel 2018, bewerking Mulier Instituut, geraadpleegd op de website van Sportservice Noord-Brabant, op 15-08-2020
- Zo Sport Nederland, Trends en ontwikkelingen in sportdeelname 2013-2019, NOC*NSF, 2019
- Brancherapport Sport, KPMG, oktober 2019
- Mulier Instituut, Factsheet Gezelschap Sport & Bewegen, 2019, uit NRIT Trendrapport 2019

Vrijetijdseconomie

- Barometer coronavirus: 4-meting 15-18 mei 2020, Hans de Jong, consultant Leisure Markteffect, mei 2020
- Beleidskader & Uitvoeringsagenda vrijetijdseconomie 2013-2020, Provincie Noord-Brabant, december 2012
- Prof. Dr. Ir. J.T. Mommaas, november 2012, uit Beleidskader & Uitvoeringsagenda vrijetijdseconomie 2013-2020, Provincie Noord-Brabant, december 2012
- Continu Vakantieonderzoek 2012-2018, NBTC-NIPO Research, 2018
- Continu Vrijetijdsonderzoek 2015-2018, NBTC-NIPO Research, 2018
- Monitoringsgegevens vrijetijdseconomie Brabant 2018-2019, NBTC-NIPO Research, 2019
- Provinciale werkgelegenheidscijfers 2015-2019, LISA, 2020
- Statistiek Logiesaccommodaties 2012-2019, Centraal Bureau voor de Statistiek, 2019
- Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrije tijd 2019, NRIT et al., 2020
- Toerisme, de banenmotor, Ecorys, 2010
- Waardevol Toerisme: onze leefomgeving verdient het, Raad voor de Leefomgeving (Rli), september 2019
- Vitaliteitsonderzoek verblijfsrecreatie Noord-Brabant, ZKA Leisure Consultants, oktober 2018
- Effect van corona op toerisme en recreatie Brabant – Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd i.o.v. VisitBrabant, juni 2020
- Toekomstscenario's inkomend toerisme 2030 – NBTC Holland Marketing, 2019
- Artikel Pleasureworld, Kijken naar trends tijdens de coronacrisis, mei 2020.
- Artikel Tien trends die het vakantiedrag van Nederlanders de komende jaren gaan bepalen – Trends & Tourism in Strandmagazine, 2020
- Koninklijke Horeca Nederland, trends en ontwikkelingen, 2020
- Rabobank trendanalyse horeca en recreatie, 2020

Erfgoed

- Beleidskader Erfgoed 2016-2020, de (verbeeldings)kracht van erfgoed, Provincie Noord-Brabant, 2015
- Beweging stimuleren, eerste resultaten ErfgoedLab, DSP-groep, 2019
- Concept Factsheet Religieus Brabant, Kerken, Provincie Noord-Brabant, 2020
- Continu Vrijetijdsonderzoek 2018 Tabellenrapport Noord-Brabant, NBTC-NIPO Research, 2020
- Cultuur en erfgoed in Brabant, de mening van de Brabantse burger, PON, 2016
- De Erfgoedmonitor, Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed: <https://erfgoedmonitor.nl/onderwerpen/erfgoedinteresse-en-erfgoedbeoefening>
- Factsheet Cultureel Erfgoed, Provincie Noord-Brabant, datum onbekend
- Infographic Brabants Erfgoed in cijfers 2016 – Erfgoed Brabant, 2017
- Interactieve monumentenkaart, InBrabant.nl, Provincie Noord-Brabant, geraadpleegd op 15-08-2020
- Toekomst Religieus Erfgoed, voorbeelden uit eigen regio: <https://www.toekomstreligieuserfgoed.nl/voorbeelden-uit-eigen-regio>
- Tussenevaluatie Beleidskader erfgoed, van ornament naar fundament, Berenschot en Bureau Buiten, November 2018
- Vrijwilligers & erfgoed in Noord-Brabant. Het PON, in opdracht van Erfgoed Brabant, 2017
- Waarde van cultuur 2020, de staat van de culturele sector in Noord-Brabant, PON et al., 2020
- Website BrabantsErfgoed.nl, geraadpleegd op 15-08-2020
- Erfgoedbalans, Ministerie van Onderwijs, Wetenschap en Cultuur, 2017

Cultuur

- Aantal culturele voorzieningen, CBS in Cultuur en erfgoed in: Brabant, de mening van de Brabantse burger, PON, 2016
- Cultuur dichtbij, dicht bij cultuur: Raad voor Cultuur, april 2019
- Cultuur en erfgoed in Brabant, de mening van de Brabantse burger, PON, maart 2016
- Cultuur in Beeld, Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, 2017
- Cultuuragenda van Brabant voor 2020, Provincie Noord-Brabant, 2013
- De culturele smaak van Brabanders 2020, Een segmentatie van verschillende cultuurtypen in Noord-Brabant, maart 2020
- Factsheet Cultureel Erfgoed, Provincie Noord-Brabant, jaartal onbekend
- Het culturele leven, 10 culturele domeinen gezien vanuit 14 kernthema's, Sociaal en Cultureel Planbureau, 2018
- Landelijk Kennisinstituut Cultuureducatie en Amateurkunst, 2015 in Cultuur en erfgoed in Brabant, de mening van de Brabantse burger – PON, 2016
- Provinciale uitgaven aan cultuur, CBS, 2017 in: Cultuur in Beeld, Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, 2017
- Sport en cultuur, patronen in belangstelling en beoefening, Sociaal en Cultureel Planbureau, 2016
- Toekomstbestendige cultuur, Advies Cultuuragenda van Brabant, PON, 2013
- Waarde van cultuur 2020, de staat van de culturele sector in Noord-Brabant, PON et al., 2020
- Artikel 'Weer klinkt gemor in Brabant over cultuurgeld uit den Haag', BN DeStem, 07-08-2020, geraadpleegd op 29-09-2020.
- Museumjaarcijfers 2018 – Museum Vereniging, 2018
- Samenbouwen aan een sterk kunst- en cultuurklimaat, Regioprofiel Cultuur BrabantStad 2021-2024

Werksessies oktober 2020

- Met uitvoerend partners: BrabantSport, SSNB, Cubiss, BrabantC, Kunstloc, VisitBrabant, Leisure Ontwikkelfonds, Erfgoed Brabant, ZET.
- Kennispartners: PON, BUAS, BrabantAdvies, Mulier Instituut, Derde Ruimte.
- Vertegenwoordiging 'uit het veld': Kunst van Brabant, NOC*NSF, More2Win, Kloosterleven, Van Gogh Brabant, NBTC, Festival Circolo, Mondriaanfonds.

Eindnoten bij hoofdstuk 2 Beleidskader Vrije Tijd, Cultuur en Sport

1. Banen van werknemers naar regio en economische activiteit 2010-2018, CBS, 2019
2. Continu Vrijetijdsonderzoek tabellenrapport Noord-Brabant, NBTC-NIPO Research, 2019
3. Corona en de betekenis voor het culturele leven, SCP, november 2020
4. Het culturele leven, 10 culturele domeinen bezien vanuit 14 kernthema's, Sociaal en Cultureel Planbureau, 2018
5. Waarde van cultuur 2020, de staat van de culturele sector in Noord-Brabant, PON et al., 2020
6. Zo Sport Nederland, Trends en ontwikkelingen in sportdeelname 2013-2019, NOC*NSF, 2019
7. Evaluatie Sportagenda Brabant Beweegt 2016-2019, BMC, 2019
8. Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2019 – NRIT e.a., 2019
9. Sportdeelname en accommodatiegebruik in Noord-Brabant, Mulier Instituut, 2014
10. Sportverenigingen – Kamer van Koophandel 2018, bewerking Mulier Instituut, geraadpleegd op de website van Sportservice Noord-Brabant, op 15-08-2020
11. Sportaccommodaties in Nederland, kaarten en kengetallen, Mulier Instituut, 2016
12. Factsheet Uniek Sporten Brabant 2016-2019, Provincie Noord-Brabant, 2020
13. Continu Vakantieonderzoek 2012-2019, NBTC-NIPO Research, 2019
14. De bevolkings- en woningbehoefteprognose Noord-Brabant, provincie Noord-Brabant, 2020
15. De 5 belangrijkste kenmerken van Generatie Z, Marketing Tribune (Damian Francois), 2020, <https://www.marketingtribune.nl/online/weblog/2019/07/de-5-belangrijkste-kenmerken-van-generatie-z/index.xml>
16. Toekomstvisie Nederlandse vakantiemarkt 2030, Trends & Tourism, 2020
17. Consumentenuitgaven aan sport, Mulier Instituut, uit NRIT trendrapport 2019, 2018
18. Waardevol Toerisme: onze leefomgeving verdient het, Raad voor de Leefomgeving (Rli), september 2019
19. Perspectief 2020, NBTC Holland Marketing, 2018
20. De sociale staat van Nederland 2019, Sociaal en Cultureel Planbureau, september 2019
21. Het speelveld van de sport, Nederlandse Sportraad, 2020
22. Rabobank trendanalyse horeca en recreatie, 2020
23. Cultuur en erfgoed in Brabant, de mening van de Brabantse burger, PON, maart 2016
24. Zicht op de samenleving in coronatijd, maatschappelijke effecten corona, Sociaal en Cultureel Planbureau, 18 mei 2020
25. Alle ballen in de lucht, Tijdsbesteding in Nederland en de samenhang met kwaliteit van leven, Sociaal en Cultureel Planbureau, december 2018
26. Arbeidsmigratie in Noord-Brabant, Provinciale werkgroep arbeidsmigratie, in samenwerking met het PON, Brabantse Gemeenten, VNO-NCW Brabant Zeeland, ZLTO, BrabantAdvies, september 2018